32 Принцип Парето.
Vazlav

40 Как распотрошить конкурента.
IntMark

85 Дауншифтинг? Нет! Геокоррекция!
Samlowry

|2009| 8

AWMOPEN MAGAZINE

AWM OPEN MAGAZINE

с 6-го июля,

три незабываемых дня дружеского общения, полезной информации и приятного отдыха! Больше информации на **www.awmopen.com!**

На жарком Кипре!

Конференция AWM OPEN 2009!

Business solutions for Internet Projects

INTERNET incorporate

InternetInCorporate.com

Quality hosting solution in Europe, Amsterdam and USA, Dallas.
Dell servers only, high quality bandwidth, 99.99% network.

Customer FeedBack:

- Gotys (Pichunter.com):

  "Webazilla is my solution for bandwidth-intense media hosting. Webazilla saved me thousands of dollars on monthly bandwidth fees, while keeping the quality i require up to my standards. The support has been always very responsive, useful and quick."

- Owner of PandaMovies.com:

  "I'm very pleasant with webazilla host. They use only quality hardware and the support rocks. I'm sure that my sites are in good hands. I recommend webazilla to every serious webmaster."

Special Tube Solutions - Get offer right now and save money!

http://www.webazilla.com

Contact to us to get your special offer right now:
sales@webazilla.com or ICQ 122336844

Рад приветствовать тебя, читатель, на страницах нового номера нашего журнала.

По традиции, пару слов в самом начале посвящу жизни журнала.

Как и прежде, тебя ждут интересные материалы от наших новых и давно проверенных авторов, как и прежде, мы предлагаем твоему вниманию как полезные, высокоинформативные статьи, так и общие обзоры и почти философские рассуждения об онлайн-бизнесе и сетевых бизнесменах. Этот номер получился более сухим и информативным, чем предыдущие выпуски. В нем гораздо меньше места отведено под развлекательные материалы, а большая часть занята статьями, призванными принести практическую пользу в нелегком деле онлайн-манимейкинга. На мой взгляд, это вполне закономерно, ведь, по сути, наше издание — это зеркало, в котором отражаются все изменения и новые течения, так или иначе затрагивающие сферу онлайн-бизнеса. Политика журнала - не диктовать авторам жесткие рамки, не придерживаться одного раз и навсегда утвержденного формата издания — приносит свои положительнее плоды. Ведь именно благодаря этой политике в журнал приходят материалы, наиболее остро отвечающие духу текущего момента, наиболее востребованные и интересные в данный отрезок времени статьи. Ведь когда автор пишет о том, что его по-настоящему волнует, а не выполняет заказ редакции, получаются по-настоящему злободневные и интересные вещи. А наши авторы — это ни в коем случае не профессиональные журналисты, вычурные мастера пера, а такие же, как и ты, читатель, специалисты, каждый в своей области, и все они трудятся на ниве создания и развития интернет-проектов.

А теперь перейдем к следующему пункту моего обращения и поговорим о конференции — о AWM Open-2009 Кипр.

Этим летом, буквально через месяц после отправки этого номера журнала в печать, 6 июля будет дан старт уже VII нашей международной конференции. 7 лет подряд мы раз в год собираем веб-мастеров из всех стран мира на три дня полезного общения и веселья.

Кто наши гости? О, это совсем разные люди, среди наших гостей за эти 7 лет успели побывать простые вебмастера, представили финансовых сервисов, хостинг-площадок, хозяева партнерских программ, дизайнеры, seo'шники, фотографы, программисты, менеджеры, владельцы студий дизайна, программинга и контента. К нам едут гости из Германии, Испании, России, США, Украины, Чехии, Австралии и многих других стран. Возраст наших гостей варьируется от молодых, 18-летних веб-мастеров до умудренных опытом седовласых спецов. Ни возраст, ни пол, ни социальное положение, ни толщина кошелька не является ограничивающим фактором для поездки на нашу конференцию.

Да, для молодых, начинающих вебмастеров, для которых онлайн-заработок стал их самой первой работой, не имеющих дополнительного дохода, кроме того, что приносят им первые шаги в сетевом бизнесе, зачастую достаточно сложно позволить себе потратить около тысячи долларов на такую поездку. Но многие на такой шаг все же решаются. Почему?

Этому способствует несколько различных причин. Не буду останавливаться на всех, а перечислю только основные из них. Психологическая – видеть вокруг себя множество людей, которые добились несомненного успеха в том деле, которым занят и ты сам, и общаться с ними на короткой ноге - дает отличный заряд бодрости и оптимизма на долгое время. Помогает в преодолении психологических барьеров. Вселяет веру в собственные силы и уверенность в верности выбранного пути.

Практическая – именно на наших встречах многоопытные мэтры, владельцы крупных онлайн-проектов и старшие менеджеры этих проектов подыскивают себе кадры среди молодых и энергичных веб-мастеров, которые полны нереализованной энергией и глаза которых горят энтузиазмом.

Ну, и самая очевидная причина практического свойства — это личные знакомства с теми, с кем тебе приходится вести бизнес каждый день. Личное знакомство, основанное на приятно проведенном совместном отдыхе, помогает гораздо эффективнее вести свой бизнес в дальнейшем. Когда ты лично знаком со своим хостером, контент-провайдером, хозяином партнерской программы, с которой ты работаешь, многие вещи, которые до этого выглядели для тебя серьезными проблемами, решаются за 5 минут в короткой дружеской беседе.

Пожалуй, на этой ноте я и закончу свое затянувшееся вступление: тебе пора дальше читать журнал, а мне продолжать подготовку конференции.

С нетерпением жду тебя, читатель, 6 июля на Кипре в городе Ларнака.

AlexXe
Сайт конференции www.awmopen.com

телефоны:
+7(495)9883349
+7(495)9886048

sales@2dayhost.com
ICQ: 1366720

2dayHost

Keeping your business online

ВЫСОКОПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ
на базе Intel, HP, Supermicro, Cisco

БЮДЖЕТНЫЕ РЕШЕНИЯ от EURO 49

ВЫСОКОПРОИЗВОДИТЕЛЬНЫЕ ДИСКОВЫЕ МАССИВЫ

БЛЕЙД РЕШЕНИЯ

ПОМОЩЬ В ПРИОБРЕТЕНИИ ЛЮБОГО ОБОРУДОВАНИЯ ПО ЖЕЛАНИЮ ЗАКАЗЧИКА И ЕГО РАЗМЕЩЕНИЕ НА COLOCATION

MULTIHOMED ТРАФФИК от EURO 3 за мегабит
ВЫГОДНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РУССКОГО ТРАФФИКА

www.2dayhost.com

Todayhost Limited, 164 Victoria Street, London SW1E 5LB, United Kingdom
Registered in England and Wales, Company No. 05658437

СОДЕРЖАНИЕ И АНОНСЫ

2

Обращение Alex Xe

Этим летом, буквально через месяц после отправки этого номера журнала в печать, 6 июля будет дан старт уже VII нашей международной конференции. 7 лет подряд мы раз в год собираем веб-мастеров из всех стран мира на три дня полезного общения и веселья.

Traffic engineering
Лаборатория трафика

10

Эпоха тубов, или куда двигаться дальше. Sally

Мыслите нестандартно как в верстке сайта, так и в его направленности и способе взаимодействия с посетителем. Тогда вас, несомненно, ждет успех.

13

Как грамотно продавать и выгодно покупать трафик. TrafficShop Team

В основном трафик покупается для развития новых ресурсов. Цель такой покупки – произвести быструю первоначальную ротацию тумб и завязать новые трейды. В этом случае необходимо крайне тщательно подбирать источники трафика для подлива, поскольку низкопродуктивный подлив с неверно выбранных ресурсов может «похоронить» сайт на самом начальном этапе его развития.

SEO

22

Not Russian Cheaters. Vazlav

Мы вырвались на просторы Интернета голодной ордой, чуть не заваленной под обломками железного занавеса. Запах свободы капиталистического мира и запах денег вскружил головы многим.

23

Съешь ещё этих сладких французских булок. Vazlav

Сейчас индустрия в большинстве своём выглядит «супермаркетом постъядерного периода».

26

Кто виноват, что делать и у кого толще? Vazlav

Косность и нежелание меняться и идти на компромисс сейчас привели к тому, что в «классической схеме» появилась и ширится огромная брешь ниже ватерлинии.

28

Ошибки сидящих на вершине пирамиды. Vazlav

А в очередях остаются лишь толпы бестолковых, бесполезных и попросту вредных для бизнеса.

32

Принцип Парето. Vazlav

Не ошибается лишь только тот, кто ничего не делает.

34

Антикризисное CEO. Vazlav

Вы когда-нибудь задумывались, как сильно вы усложняете поисковым системам индексацию собственных сайтов?

40

Как распотрошить конкурента. IntMark

Меньше знаешь – крепче спишь, для кого-то это справедливо, но если ты хочешь двигаться вперёд, если у тебя есть цель, то по пути к вершине периодически возникает желание узнать, насколько далеко от неё ты на данном этапе.

Review
Онлайн-сервисы, финансовые сервисы, услуги и партнерские программы. Инструкции и руководства

48

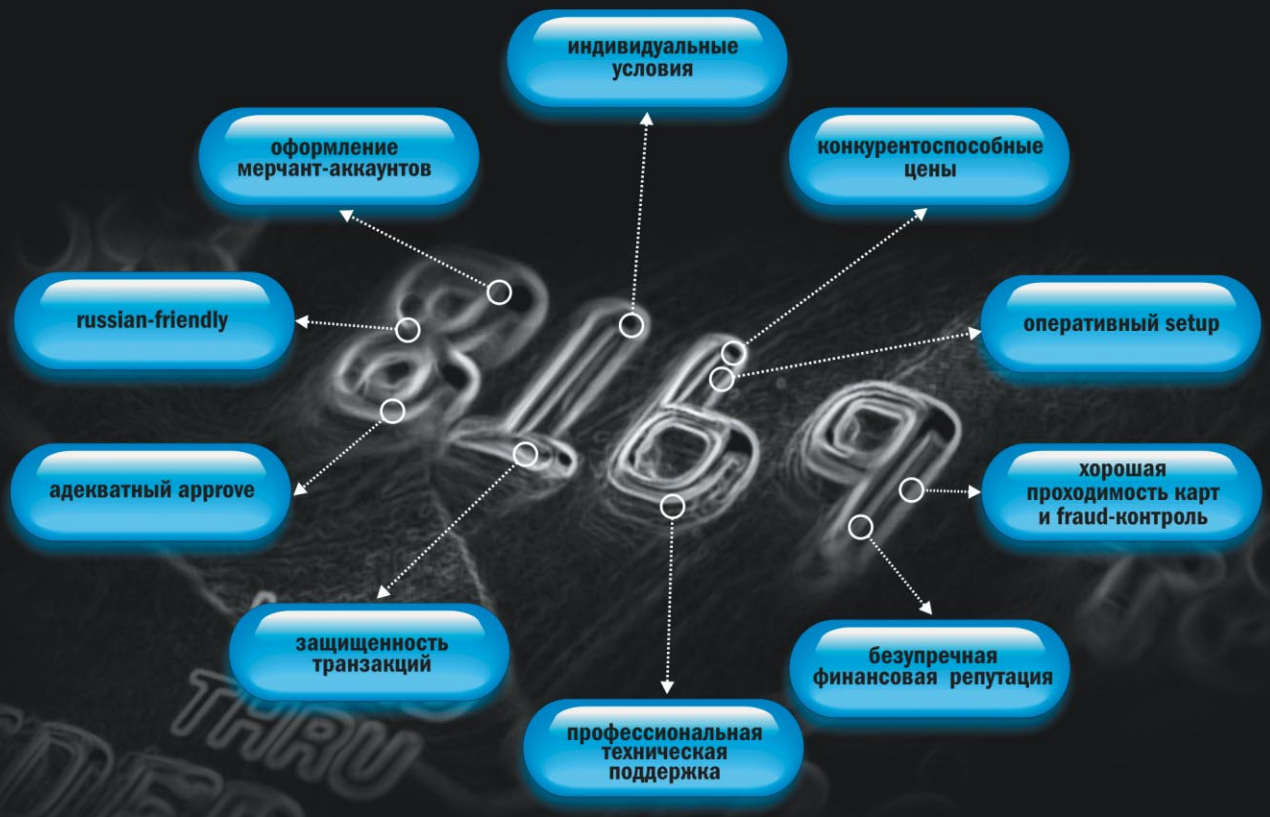
DDoS-угрозы и обеспечение стабильности работы ресурсов. Max Zuhmann

Особенность данного вида компьютерного явления в том, что инициаторы не ставят своей целью проникновение в компьютерную систему с целью кражи или уничтожения информации. Тем, кто хочет зарабатывать на жизнь во Всемирной паутине, необходимо знать, какой опасности он может подвергнуться, чего ожидать и какими методами он может бороться и защитить себя и свой проект.

50

«ГлавМед» и веб-мастера. GlavMed

Душа и «кровь» любой партнерки - это её веб-мастера, и было бы несправедливо обойти их своим вниманием. Мы подготовили небольшую анкету, мини-интервью, и попросили топовых адвертов ответить на её вопросы. Встречайте :) С вами сегодня говорят наши топ-мастера.



aebill

ADULT EMPIRE BILLING

PROCESSING FROM PRO

https://secure.aebill.com

AWM OPEN MAGAZINE

Учредитель и издатель: AWMOPEN BV
Директор: Alex Xe
Главный редактор: Norman

Адрес: Touwbaan 4 3841 GA Harderwijk The Netherlands
E-mail: magazine@awmopen.com
Официальный сайт: http://magazine.awmopen.com/

Редакция оставляет за собой право не вступать в переписку с читателями. Редакция не рецензирует присланные материалы и не высылает их обратно. Редакция не отвечает за достоверность информации в рекламных модулях и статьях привлеченных авторов. Перепечатка текстов и графической информации без письменного разрешения редакции запрещена.

Тираж: 4000 экз.
Не для продажи

СОДЕРЖАНИЕ И АНОНСЫ

IT-Технологии

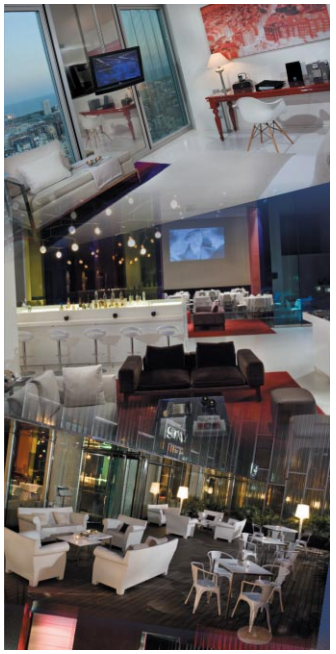
57
Мировые IT-новости. Dimonka

59
Ruby On Rails - программирование без забот. Grozny & Мастер
Одна из принципиальных особенностей Rails - это кэширование всего кода проекта. В отличие от PHP, при запросе страницы весь код пользователя и код Rails уже загружены, скомпилированы и готовы к использованию веб-сервером.

63
Знакомьтесь – это PHP! Dimonka
Принимая во внимание сферу деятельности большей части нашей аудитории, работающей в онлайн-бизнесе, где подавляющая часть веб-проектов реализуется на PHP, было принято решение рассказать именно о нём.

Interview
Правильные ответы на неправильные вопросы

69
Интервью с организатором «Барселонского саммита». Специально для журнала AWMOpen Magazine

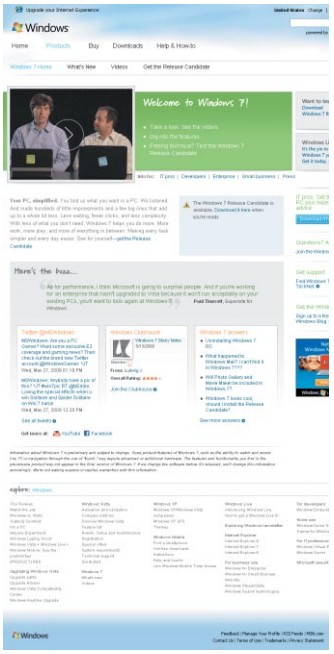


Самые жаркие вечеринки в Европе проходят здесь. Легко добраться, не бьет по кошельку, а после бизнес-части я сам прослежу, чтобы каждый участник хорошо повеселился. Мы также будем рядом с пляжем, а средняя температура в июне +25 градусов. Бери с собой плавки!

Tribune
Глас народа

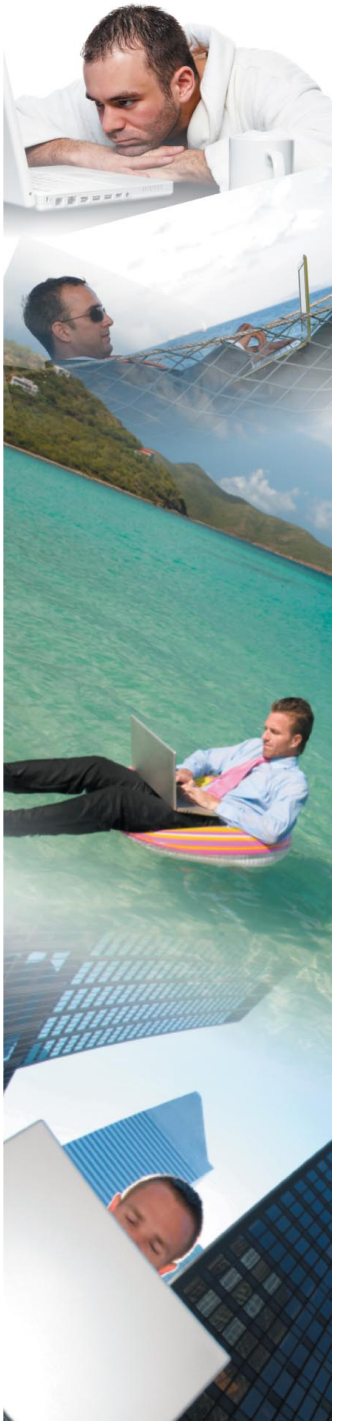
73

Как написать техническое задание для интернет-проекта. ALLY
Нравится вам это или нет, но техническое задание всегда сопровождает проект. Проект без ТЗ не имеет чётких границ, он расплывчатый и, что самое опасное, отличается в представлениях разных членов команды и заказчика.



Relax
Хороший отдых – это половина работы

85
Дауншифтинг? Нет! Геокоррекция! Samlowry
Переезд в экзотические страны перестал быть престижным, теперь туда едут все, кому не лень, переезжающих обзывают дауншифтерами, а иногда, для простоты, и вовсе — даунами. Обидно, да?



Traffic engineering

Лаборатория трафика

Трафик – «кровь» нашего бизнеса. Это волшебное слово, при котором замирает сердце любого веб-мастера. Трафик – это то, ради чего мы проводим бессонные ночи, тратим свои силы и нервы. Это наше высокооктановое горючее, это основная движущая сила любых интернет-бизнес-проектов. Сколь угодно хороший проект без него не принесет ни единого гроша.

Вопросам добычи, переработки и утилизации основного сырья наших доменных печей и посвящается этот раздел.

На страницах этого раздела Вы найдете как практические советы по получению трафика, так и общую аналитику, как конкретные руководства к действию, так и просто мысли вслух.

Здравствуйте, мои дорогие веб-мастера!

Я, ведущая раздела, а также сотрудники моей лаборатории трафика уже успели соскучиться по вас. Надеюсь, и вы скучали по мне и моим материалам. Поскольку на носу лето, оказалось довольно сложно собрать большое количество материала в раздел. Но я уверена, что предлагаемые вам статьи окажутся полезными и помогут по-новому взглянуть на уже привычные вещи и у вас появятся новые идеи.

Также хочу пригласить вас на очередную конференцию ABM Опен, которая состоится в июле на Кипре. Будет возможность пообщаться лично, ответить на ваши вопросы, услышать ваши отзывы и пожелания.

Ваша Sally

GLAVMED

ФАРМАСИ ПАРТНЕРКА #1

ТАБЛЕТКИ ПАХНУТ ДЕНЬГАМИ

40 НАСТОЯЩИХ ПРОЦЕНТОВ

ПРОЦЕССИНГ 9 ИЗ 10 ЗАКАЗОВ

ВЫПЛАТЫ ПО ТРЕБОВАНИЮ

Эпоха тубов, или куда двигаться дальше

Уже прошло больше года, как в сферу адалт-генераторов трафика вошло понятие tube site, но споры вокруг таких сайтов до сих пор не утихают. Данный аналитический очерк не призван разрешить подобные споры, а скорее, пролить больше света на феномен тубов и проанализировать тенденции развития таких сайтов.

Вступление

Для начала стоит определить понятие «легальный» и «нелегальный» тубовый сайт. В связи с тем, что практически все первопроходцы в этой области в той или иной степени использовали нелегальные способы развития своих сайтов, для большей части вебмастеров слово «tube» практически является синонимом словосочетания «нелегальный сайт». На данном этапе развития тубовых сайтов подобное отношение является, по меньшей мере, некорректным. К счастью, веб-мастера в последнее время все лучше и лучше отличают легальные сайты от действительно нелегальных. Но некоторые заблуждения все же присутствуют.

На 99 % вопрос легальности связан с использованием контента. Итак, легальный тубовый сайт — сайт, который использует контент на полностью легальных основаниях. Контент может быть взят из официально предоставляемых спонсором промо-материалов, из мемберской зоны платного сайта, с разрешения спонсора, а также владелец сайта может являться обладателем прав на размещаемый им контент (т. е. попросту его купить). Во всех случаях использование контента не нарушает авторских прав и является абсолютно законным. Владелец нелегального тубового сайта, в свою очередь, размещает контент незаконно. Это может быть попросту ворованный контент, т. е. взятый у спонсора без его разрешения. В этом вопросе существуют свои нюансы — очевидно, что размещение контента из полностью выкачанной мемберской зоны платника на тубовом сайте является нарушением авторских прав. Также использование официально предоставляемых вебмастеру спонсорских промо-материалов без размещения ссылки на платный сайт на странице, где эти материалы представлены, является нелегальным. Помимо использования спонсорского контента, большое распростране-

ние получило размещение на тубовых сайтах так называемого любительского контента. В некоторых случаях подобный контент просто собирается веб-мастером из различных социальных сетей, файловых хостингов, где пользователи размещают созданные ими медиа-материалы. В другой ситуации владелец тубового сайта предоставляет возможность обычным серферам аплоадить свой контент. Разумеется, ни в той, ни в другой ситуации у веб-мастера не может быть документов, разрешающих ему пользоваться подобным контентом. Некоторые тубовые сайты обходят подобный вопрос, позиционируя себя как файлообменники. В описанных случаях помимо проблем с DMCA могут возникнуть проблемы с подтверждением возраста моделей, последствия которых могут быть весьма далеко идущими.

Одним из заблуждений веб-мастеров является определение легальности или нелегальности сайта по длине клипов, выложенных на нем. Многие автоматически относят к незаконным сайты, на которых размещены клипы длиной свыше 10 минут. Подобный подход неверен, поскольку владелец подобного сайта может просто-напросто купить контент у производителя и с полным правом выкладывать на своем ресурсе клипы любой длины. Здесь уже вопрос этики — хорошо это или плохо для развития индустрии.

В этой статье разговор пойдет исключительно о легальных проектах.

Типы тубовых сайтов

Классическим образцом тубового сайта является проект с достаточно большим количеством контента (десятки тысяч клипов), который хостится на серверах владельца. Такой подход, безусловно, требует широких каналов. Такие сайты имеют довольно сложную структурную организацию, приближающуюся к социальным сетям и различным коммьюнити. Большую часть трафика они получают из поисковых систем, имеют большое количество постоянных посетителей. Трейд в основном ведется через топ-листы и хард-линки. Если же используется трейд посредством блайнд-ссылок, процент ухода пользователей на контент поддерживается достаточно высокий (80-90 %). Менее затратным вариантом тубового сайта является сайт с использованием спонсорских клипов, хостящихся на спонсорском хостинге (hosted flv). Внешним видом подобные сайты практически не отличаются от вышеописанных, но клипы на них, как правило, короче.

Также большим классом сайтов является гибрид тубового сайта и тгп/мгп, иногда именуемый тубосиджем. Такие сайты, как правило, сохраняют классическую структуру тгп/мгп, используя вместо стандартных мувисных галерей галереи с флеш-клипами, взятыми с тубе-сайтов. Процент кликов на контент на таких ресурсах обычно находится в районе 60 %. Подключая страницы с клипами сторонних тубе-сайтов, владелец тубосиджа либо получает фиксированную плату за засчитанное количество переходов на галереи, либо получает трафик на свой ресурс с топ-листа тубе-сайтов, чьи галереи он использует. Подобным образом можно развивать и собственные тубе-сайты, сделав несколько тубосиджей-сателлитов и добавив на них клипы со своего туба.

Стоит сказать несколько слов о подключении на тубосидж клипов со сторонних тубе-сайтов. Анализируя развитие ситуации, становится ясно, что в значительно большем выигрыше оказываются именно тубе-сайты, кормящиеся засчет тубосиджей. Трафик имеет тенденцию «оседать» именно на тубовых проектах, и подобная схема в будущем перестанет быть выгодной для владельцев тубосиджей, как по деньгам, так и по трафику.

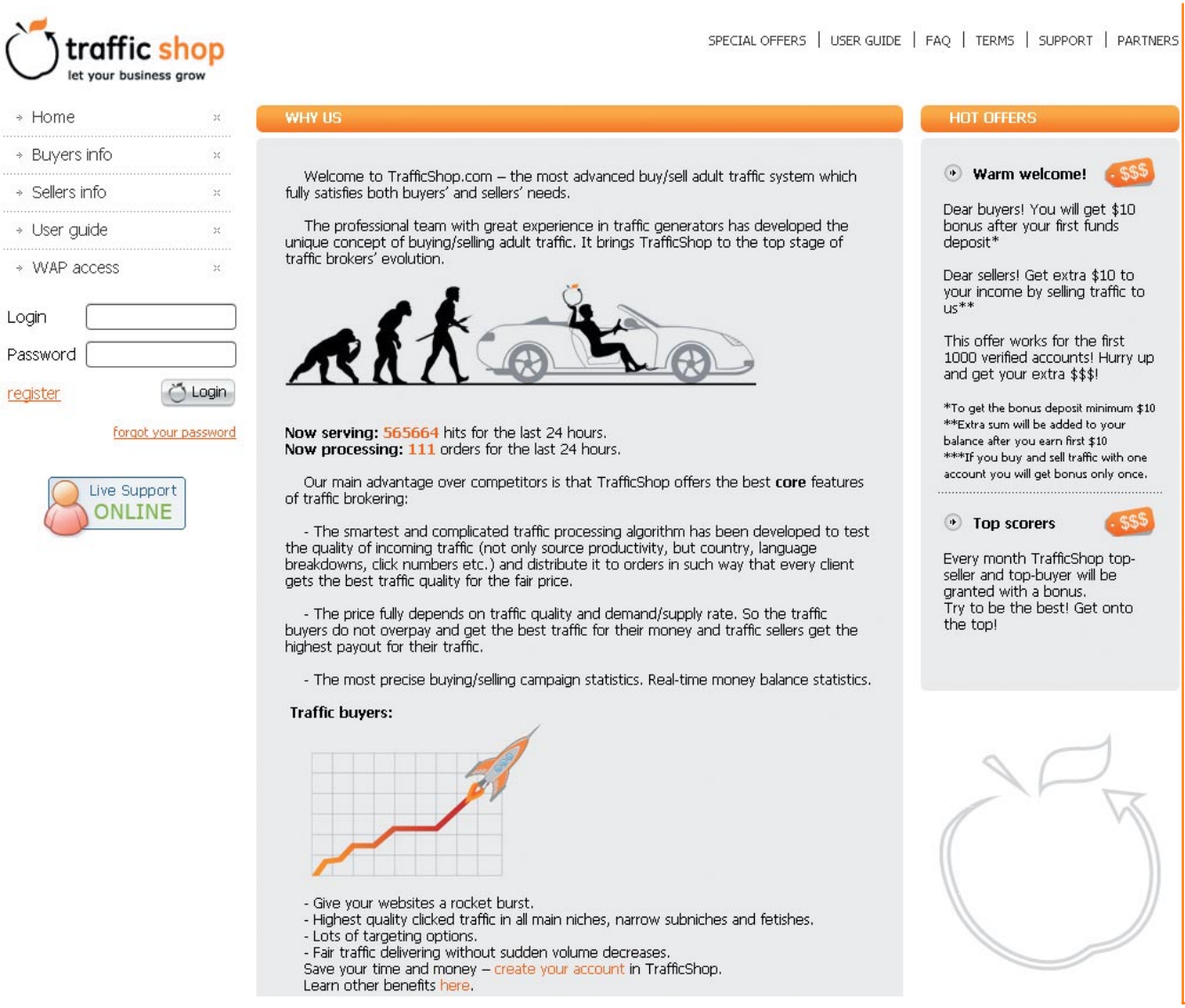
Партнерские программы, идущие в ногу со временем

Тубовая лихорадка охватила не только веб-мастеров, владельцев генераторов трафика. Многие владельцы партнерских программ поняли, что серферы весьма заинтересованы в подобном предоставлении контента и для успешного развития своих платных сайтов им необходимо предоставлять промо-материалы в формате flv. На данный момент большинство крупных партнерских программ предоставляет вебмастерам не только hosted flv, но и различные вариации на тему: embed клипы, rss фиды для обновления тубе-сайтов и т. д. Но на рынке партнерских программ появились и новые игроки, напрямую «заточенные» на конвертацию тубового трафика. Как правило, это крупные тубе-ресурсы, которые добавили на свои сайты платную зону, в которой предоставляется для просмотра контент в высоком разрешении и большой архив адалт-двд. Такие сайты оплачивают веб-мастеру процент дохода от подписки серферов на доступ к их платной зоне.

Заключение

Безусловно, тубе-сайты оттянули на себя значительную долю адалт-трафика. Но это не означает, что другие сайты не могут составить им конкуренцию. Запуская новый проект, веб-мастер должен иметь в виду следующее: современный адалт-серфер приходит на сайт не только за простым просмотром контента. Помимо удовлетворения своих первостепенных нужд ему требуется элемент общения и интерактивности. Пользователи охотно создают персональные профили на тубе-сайтах, оценивают качество клипов, оставляют свои комментарии и в том числе общаются с другими членами своеобразного коммьюнити. Адалт-сегмент все больше и больше впитывает в себя элементы веб 2.0 Интернет. Даже если вы не планируете запускать именно тубе-сайт, для того, чтобы ваш проект стал успешным и популярным, необходимо предоставить пользователям возможность активно участвовать в наполнении вашего сайта — поставить оценку контенту, участвовать в опросах, видеть, что другие пользователи на этом сайте тоже активны и оставляют свои комментарии и т. д. Мыслите нестандартно как в верстке сайта, так и в его направленности и способе взаимодействия с посетителем. Тогда вас, несомненно, ждет успех!

Ваша Sally



TrafficShop.com.

Уроки работы с трафик-брокером. Как грамотно продавать и выгодно покупать трафик

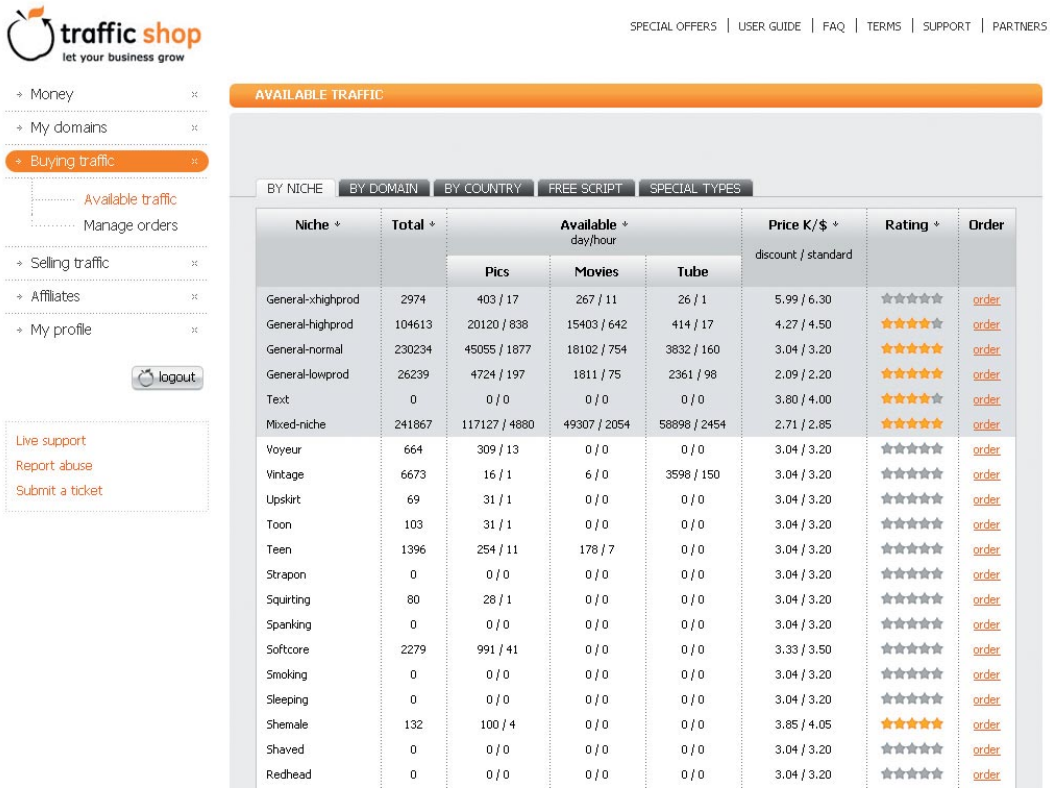
Вступление

TrafficShop.com – трафик-брокер нового поколения – появился на рынке в марте 2009 года. За сравнительно небольшое время работы уже сумел снискать уважение и доверие клиентов. Многие часто спрашивают: чем же TrafficShop отличается от подобных сервисов? Основное отличие заключается в фундаментальных принципах функционирования системы покупки/продажи трафика:

- профессиональный высококачественный алгоритм распределения трафика обеспечивает четкость в обработке заказов;

- при оформлении заказа в графе «Доступный трафик» клиент видит реальное количество хитов, на которое он может рассчитывать в час и в сутки;

- заказанное количество трафика резервируется за клиентом, система равномерно распределяет часовые форсы и отправляет заказчику указанное количество хитов. Созданный заказ уже не может быть перебит каким-либо другим с более высоким приоритетом по цене. Единственное, что может помешать системе отдать часовые форсы в полном объеме, – недостаточное количество трафика с источника в определенные часы или недостаточно высокая уникальность трафика в случае заказа максимально доступного количества хитов в час. Покупая трафик в TrafficShop.com, вы можете спать спо-



Niche	Total	Available day/hour			Price K/$ discount / standard	Rating	Order
		Pics	Movies	Tube			
General-xhighprod	2974	403 / 17	267 / 11	26 / 1	5.99 / 6.30		order
General-highprod	104613	20120 / 838	15403 / 642	414 / 17	4.27 / 4.50		order
General-normal	230234	45055 / 1877	18102 / 754	3832 / 160	3.04 / 3.20		order
General-lowprod	26239	4724 / 197	1811 / 75	2361 / 98	2.09 / 2.20		order
Text	0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	3.80 / 4.00		order
Mixed-niche	241867	117127 / 4880	49307 / 2054	58898 / 2454	2.71 / 2.85		order
Voyeur	664	309 / 13	0 / 0	0 / 0	3.04 / 3.20		order
Vintage	6673	16 / 1	6 / 0	3598 / 150	3.04 / 3.20		order
Upskirt	69	31 / 1	0 / 0	0 / 0	3.04 / 3.20		order
Toon	103	31 / 1	0 / 0	0 / 0	3.04 / 3.20		order
Teen	1396	254 / 11	178 / 7	0 / 0	3.04 / 3.20		order
Strapon	0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	3.04 / 3.20		order
Squirting	80	28 / 1	0 / 0	0 / 0	3.04 / 3.20		order
Spanking	0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	3.04 / 3.20		order
Softcore	2279	991 / 41	0 / 0	0 / 0	3.33 / 3.50		order
Smoking	0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	3.04 / 3.20		order
Sleeping	0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	3.04 / 3.20		order
Shemale	132	100 / 4	0 / 0	0 / 0	3.85 / 4.05		order
Shaved	0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	3.04 / 3.20		order
Redhead	0	0 / 0	0 / 0	0 / 0	3.04 / 3.20		order

койно - ваш подлив не сократится внезапно в два или три раза, нанеся ущерб вашему трейду;

- комплексные алгоритмы тестирования продуктивности входящего трафика, учитывающие нишу ресурса и тип контента, позволяют получить наиболее точную оценку качества входящего трафика. Система тестирует трафик с ресурсов продавцов на множестве нишевых страниц разной структуры. Затем вычисляет среднее значение полученной продуктивности. Несмотря на то, что каждый ресурс покупателя индивидуален и полностью полагаться на указанные значения продуктивности источника невозможно, оценки системы, как правило, имеют точность порядка 80 %;

- для проекта TrafficShop.com был разработан уникальный античит-модуль, проверяющий входящий трафик по множеству параметров. Помимо огромного количества традиционных характеристик (клики по скрытым ссылкам, поддержка графики, параметр click again и др.) модуль оценивает поведенческие характеристики трафика, что позволяет выявить искусственно сгенерированные хиты с вероятностью выше 99 %. Наши клиенты получают исключительно чистый трафик на свои ресурсы.

Помимо вышеперечисленных особенностей, TrafficShop.com предлагает покупателям максимально гибкое управление заказами с помощью различных фильтров для получения наиболее таргетированного трафика.

Продавцы также могут настроить параметры продажи для получения максимального эффекта, а значит, максимальной прибыли с посылаемого в систему трафика.

Цель данной статьи не только познакомить читателей с сервисом TrafficShop.com, но также поделиться накопленным опытом и ценной информацией относительно покупки и продажи трафика для того, чтобы клиенты смогли зарабатывать еще больше и избегать множества ошибок в процессе работы с брокером.

Советы покупателям

На данный момент в adult сфере через трафик брокеров ежедневно продается и покупается около 10 миллионов хитов. Но отнюдь не всегда покупатель может извлечь выгодную пользу из купленного трафика. Грамотная покупка трафика на ресурсы – это особое искусство. Основные цели покупки трафика: подпитка генераторов трафика (мгп/тгп, тубе-сайты и др.), покупка трафика на платные ресурсы с продажей доступа к контенту, покупка трафика на веб-кам-ресурсы и адалт-дейтинги. Также довольно быстро развивается адалт-сегмент сайтов для мобильных телефонов и КПК.

Покупка трафика на тгп/мгп и тубе-сайты занимает лидирующие позиции по количеству заказов в TrafficShop.com. В основном трафик покупается для развития новых ресурсов. Цель такой покупки – произвести быструю первоначальную ротацию тумб и завязать новые трейды. В этом случае необходимо крайне тщательно подбирать источники трафика для подлива, поскольку низкопродуктивный подлив с неверно выбранных ресурсов может

Что такое FreeOpenCall?

FOC - это ip-телефония, которая позволит вам значительно сократить расходы на междугороднюю и международную связь.

Новый подход к интернет-телефонии дал возможность пользоваться услугами FOC в любом месте Земного шара, даже там, где нет Интернет.

FREEOPENCALL

Что для этого надо?

Воспользоваться телефонией FOC можно не только с помощью микрофона и наушников, телефонного адаптера или ip-телефона, но и с помощью любого городского или мобильного телефона, который всегда у вас под рукой.

Легко и просто заказать звонок со своего мобильного телефона или через наш сайт у себя в персональном кабинете.

Кому это может быть полезно?

Тем, кто часто звонит в другие города и страны. Тарифы FOC значительно ниже обычных.

Бизнесу. Если у вас офисы в разных городах, вы можете сократить ваши расходы на связь. FOC может быть внедрена в вашу офисную АТС, что позволит направить звонки по межгороду через Интернет.

Путешественникам. В любой стране мира достаточно приобрести сим-карту местного оператора и с помощью мобильного телефона и SMS звонить на Родину по минимальным тарифам.

Звоним на Skype

Доступен заказ звонка из персонального кабинета между любым номером, в том числе и нашим пятизначным номером, с любым скайп-аккаунтом. Звонок на скайп - бесплатный. Звонок на наш пятизначный номер - бесплатный.

Делаем редирект звонков с FOC на Skype

Доступен редирект звонка на любой скайп-аккаунт. Редирект на скайп - бесплатный.

Звоним со Skype на FOC

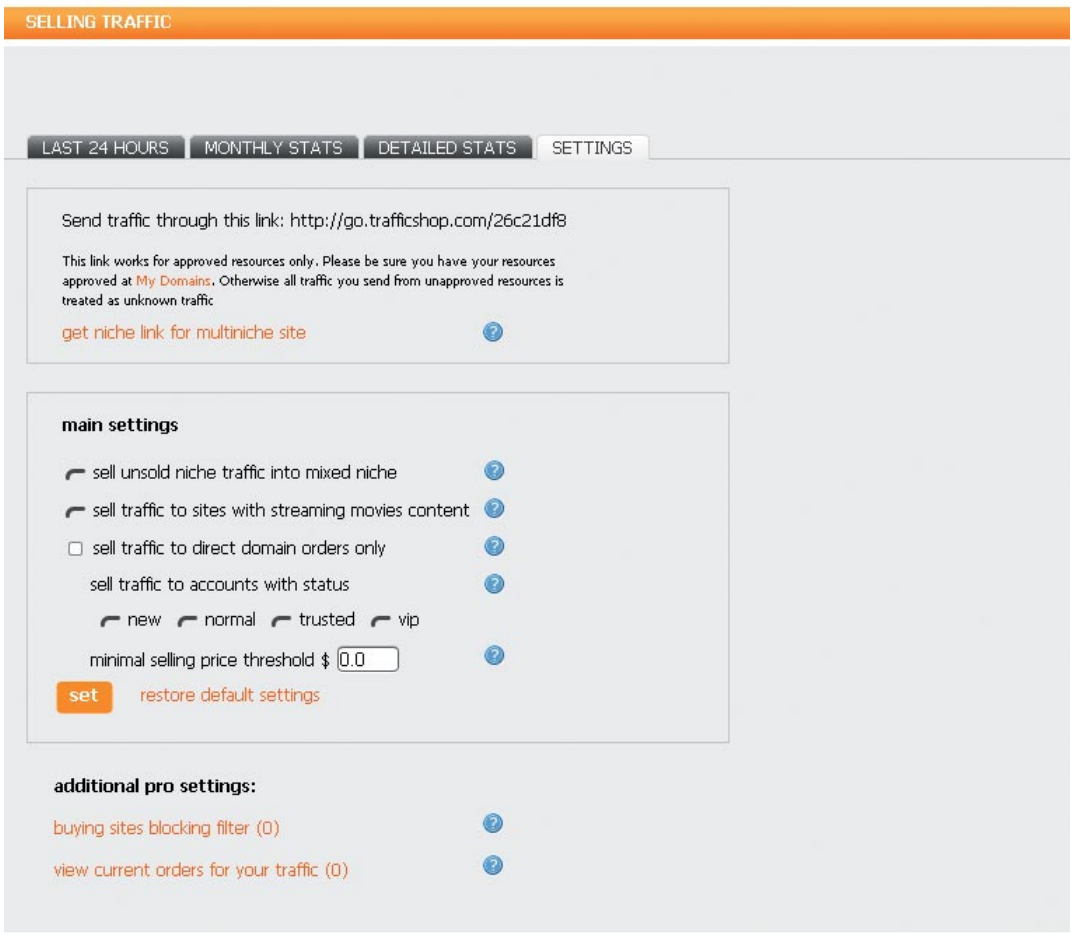
Доступны звонки со скайпа на Ваш пятизначный номер FOC.

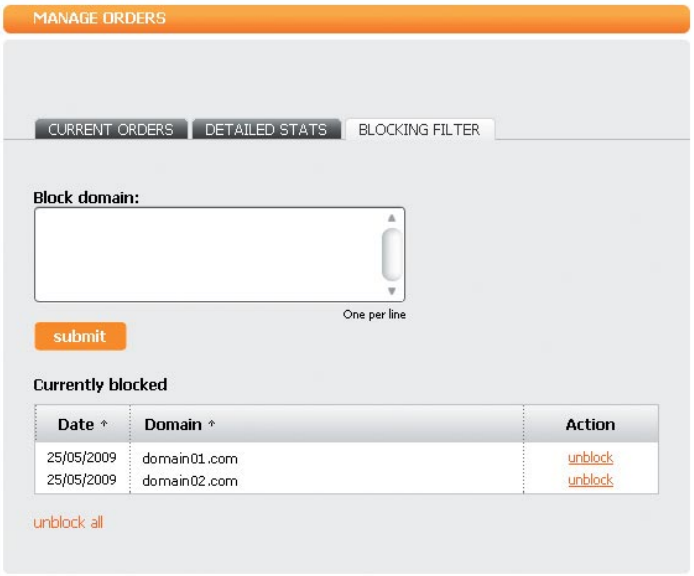
freeopencall.com

«похоронить» сайт на самом начальном этапе его развития. Наилучшим решением в данной ситуации является прямой заказ трафика с доменов продавцов. Список доменов продавцов TrafficShop.com, отсортированный по количеству доступного трафика в сутки, находится в разделе Available traffic на вкладке By domain. Чтобы облегчить поиск, клиенту предоставляется возможность сразу выбрать желаемую нишу и тип контента сайтов продавцов, соответствующий сайту, на который он собирается покупать подлив. Излишне говорить о том, что соответствие ниши и типа контента покупаемого трафика и вашего ресурса имеет решающее значение. После выбора ниши и типа контента желательно отсортировать полученный список доменов по продуктивности. Но не стоит торопиться оформлять заказ на трафик с самого продуктивного ресурса – для наилучших результатов просмотрите 10-15 самых продуктивных доменов в списке. Обратите особое внимание на соответствие размера тумб продавца и вашего сайта. После подобного изучения ресурсов у вас получится список из примерно 5 наиболее подходящих вам доменов продавцов. Перед оформлением заказа рекомендуется добавить эти домены в свой трейд-скрипт в качестве неактивных трейдеров для отслеживания продуктивности с каждого источника в отдельности. Продуктивность уже можно оценить приблизительно на 300-500 хитах. На этом этапе можно убрать заказы с ресурсов, показывающих неудовлетворительный результат, и создать новые заказы с некоторых других сайтов. Или же увеличить объем заказов с тех источников, которые показывают высокую продуктивность.

На форумах часто задают вопрос: «Как долго и как много надо подливать?» Для успешного разгона нового сайта желательно подливать стабильные объемы трафика по 200-300 хитов в час для ниш средних объемов и 500-1000 для сайтов в крупных нишах (mature, teen, amateur). Таким образом можно завязать стабильные трейды и подняться как можно выше в топ-листах у ведущих трейдеров. Безусловно, подливать можно сколь угодно долго, но для успешного развития сайта подлив стоит держать на стабильном уровне не менее 3-4 дней. За этот промежуток времени уже можно набрать хорошую базу трейдеров, удалив низкопродуктивные, а трейдовый скрипт сможет сформировать наиболее эффективный лист раздачи, способствующий росту вашего ресурса.

Описанный метод показывает наилучшие результаты, но порой у веб-мастеров не хватает времени на столь тщательный анализ источников трафика. В этом случае TrafficShop.com предлагает трафик, отсортированный по нишам. При заказе трафика





по нише продуктивность, возможно, будет несколько хуже, чем при прямой покупке с доменов, но и в этом случае, используя некоторые настройки, можно получить весьма хорошие результаты. Увеличить продуктивность покупного трафика на вашем сайте позволит правильный выбор типа контента при оформлении заказа, а также применение фильтра по размеру тумб.

Имеется еще один способ получить хорошее качество при покупке нишевого трафика со многих источников. Оформите заказ на трафик в нужной нише, примените по необходимости фильтры по странам или размерам тумб. Важный момент – оформляйте заказ так, чтобы ваш трейд-скрипт трактовал принимаемый трафик как no-trades, т. е. не задавайте ему какого-либо специального реферрера. Это необходимо для последующей оценки продуктивности с основных источников купленного вами трафика. После того, как вы получили на свой сайт порядка 1000 хитов, посмотрите в статистике трейдового скрипта топ-10 рефферреров, с которых идет покупаемый трафик. Добавьте каждый из доменов как отдельного неактивного трейдера. Таким образом, вы сможете оценить продуктивность с каждого из них в отдельности. Для адекватной оценки продуктивности требуется порядка 500-600 хитов с каждого домена. После того, как набрана статистика, позволяющая оценить продуктивность, вы сможете увидеть, с каких сайтов идет трафик с низкой продуктивностью на вашем ресурсе. Выявив 3-4 сайта с самыми низкими показателями продуктивности, добавьте эти домены в Selling Sites Blocking filter в разделе Buying Traffic. После этого вы не будете получать трафик с этих ресурсов в общем потоке. Подобную процедуру периодически можно повторять, т. к. рефферреры меняются, особенно в нишах с большим количеством трафика.

Отдельно стоит сказать пару слов о подливе на бесскимовые ресурсы, трейдящие только топ-листом. В этом случае, помимо высокой продуктивности, также важна географическая составляющая трафика. Для получения на свои ресурсы трафика только из платежеспособных стран, используйте географический фильтр HQ Countries.

Трафик довольно часто покупается непосредственно для конвертации на платных сайтах. В этом случае всегда стоит понимать, что 90 % продаваемого трафика – это скимовый трафик, перешедший по блайнд-линкам. Хорошее значение конвертации показывает в свою очередь трафик, попавший на paysite при переходе по прямой ссылке или кликнувший на баннер. Именно поэтому владельцам paysit'ов рекомендуется создавать специальные промежуточные страницы (landing pages), на которых размещено большое количество превью и бесплатных промо-материалов, ссылки и баннеры на tour платного сайта или на join page. В некоторых случаях удовлетворительные результаты показывает и покупка на tour платного сайта, если там также предоставлено большое количество фри-контента. В случае покупки трафика на paysit'ы решающее значение имеет платежеспособность стран во входящем трафике. Поэтому всегда необходимо применять фильтры hq countries. Для платных сайтов, созданных для неанглоязычной аудитории, разумно покупать трафик из той страны, на языке которой создан веб-сайт. Также TrafficShop.com предлагает наиболее популярные языковые пакеты: англоговорящие, немецкоговорящие, франкоговорящие и испаноговорящие страны. Это позволяет получить лучшую таргетированность трафика, чем простая покупка трафика по стране, поскольку в данном случае можно купить трафик по соответствующей нише и применить фильтр языкового пакета. Аналогично этот фильтр можно применить при заказе трафика с домена.

Саппорт TrafficShop.com всегда готов помочь владельцам платных сайтов с максимальной выгодой вложить свои средства в покупаемый трафик. Саппортеры системы порекомендуют наилучшие варианты источников трафика, а также дадут полезные советы по созданию landing pages.

Особняком от платных сайтов, продающих доступ к контенту, стоят вебкамные и дейтинг-сайты. Безусловно, к этим сайтам применимы те же советы, что были даны выше относительно покупки трафика на платные ресур-

сы, но здесь есть свои нюансы. Поскольку в чистом виде вебкам- и дейтинг-трафик является огромным дефицитом, владельцам таких ресурсов стоит обратить внимание на покупку трафика из ниши Amateur. Хорошие результаты по конвертации на webcam-сайтах показывает трафик с тубовых ресурсов в связи со схожим способом предоставления контента. Статистика показывает, что с пятницы по воскресенье количество сайнов на веб-кам- и дейтинг-сайтах выше. Для использования этой особенности TrafficShop.com предлагает настройку отправки трафика по дням недели (по CET или CST).

В последнее время очень бурное развитие демонстрирует адалт-сегмент сайтов для мобильных телефонов, iphone и КПК. Для конвертации подобного трафика TrafficShop.com предлагает отдельный тип – мобильный трафик. К этому трафику также можно применить фильтры по стране для улучшения результатов конвертации.

Советы продавцам

Продажа трафика брокерам уже превратилась в традиционный способ заработка для вебмастеров, владеющих сайтами-генераторами трафика. TrafficShop.com предлагает новые выгодные условия для продавцов – средняя цена выкупа трафика напрямую зависит от его качества, а также от спроса на данный тип трафика или нишу. Качество входящих хитов имеет основное значение, оно оценивается не только по показателям продуктивности на тестовых страницах, но также по некоторым другим параметрам, включая распределение по странам, уникальность и т. д.

Следуя нескольким простым советам, веб-мастер может значительно повысить среднюю цену на свой трафик и процент выкупа:

- желательно на тумбовом сайте линковать на TrafficShop.com не более 20 % тумб, оптимальное значение 5-10 %. Таким образом, улучшается уникальность входящего трафика, а значит, и процент его выкупа, а также значительно улучшается продуктивность;
- не стоит использовать так называемые фейковые тумбы (специально отобранные тумбы с заведомо высоким ctr, ведущие только на продажу трафика). Несмотря на большое количество кликов по таким тумбам, продуктивность на тестовых ресурсах и на сайтах покупателей при подобном отсыле будет иметь очень низкие значения – на такой трафик практически не будет спроса;
- не пренебрегайте добавлением определенного количества текстовых ссылок. Трафик с текстовых ссылок практически всегда показывает высокую продуктивность, особенно если текст ссылки представляет собой что-то вроде: “Click here to visit more quality porn sites”. В таком случае получается, что текст ссылки соответствует практически любому сайту покупателя, и это гарантированно повысит продуктивность вашего трафика на нем, а значит, и спрос.

TrafficShop.com предлагает своим клиентам множество дополнительных настроек для оптимизации процесса продажи трафика. Непроданный нишевый трафик можно направлять на продажу в mixed niche для увеличения процента выкупа. Имеется возможность выставить минимальный порог цены, ниже которой трафик не будет продаваться. Продавец может активировать настройку для продажи трафика только по прямым заказам с домена. Это имеет смысл для доменов с большим количеством прямых заказов. Опция выбора типов аккаунтов покупателей позволяет продавать свой трафик только проверенным клиентам системы. Также владельцы высококачественных пиксовых и мувисных ресурсов могут не отправлять свой трафик на тубовые ресурсы. Для продавцов предлагается система блокировки доменов покупателей.

Заключение

Система TrafficShop.com постоянно совершенствуется, регулярно добавляются новые опции для клиентов. В ближайшее время планируется интеграция в систему ряда модулей, не имеющих аналогов на рынке трафик-брокеров, которые откроют новые революционные возможности как для покупателей, так и для продавцов.

Каждый клиент очень важен для нас вне зависимости от объемов трафика, который он отправляет в систему или выкупает на свои сайты. Персонал системы TrafficShop.com всегда готов помочь вам по любым вопросам работы сервиса, а также готов выслушать любые пожелания по улучшению качества наших услуг. Попробуйте TrafficShop.com, и ваш бизнес пойдет в гору!

TrafficShop.com – let your business grow!

TrafficShop Team

to fish with a rod...

...or with a net?

PornInspector.com is your NET

The review of your site on PornInspector.com means that your site will be advertised on all our projects:

PenisBot.com - link site
WetPlace.com - link site
MagicTeapot.com - search engine
DefineBabe.com - adult models directory
FreeHostedGalleries.com - hosted galleries database

Use a NET, not a rod!

SEO

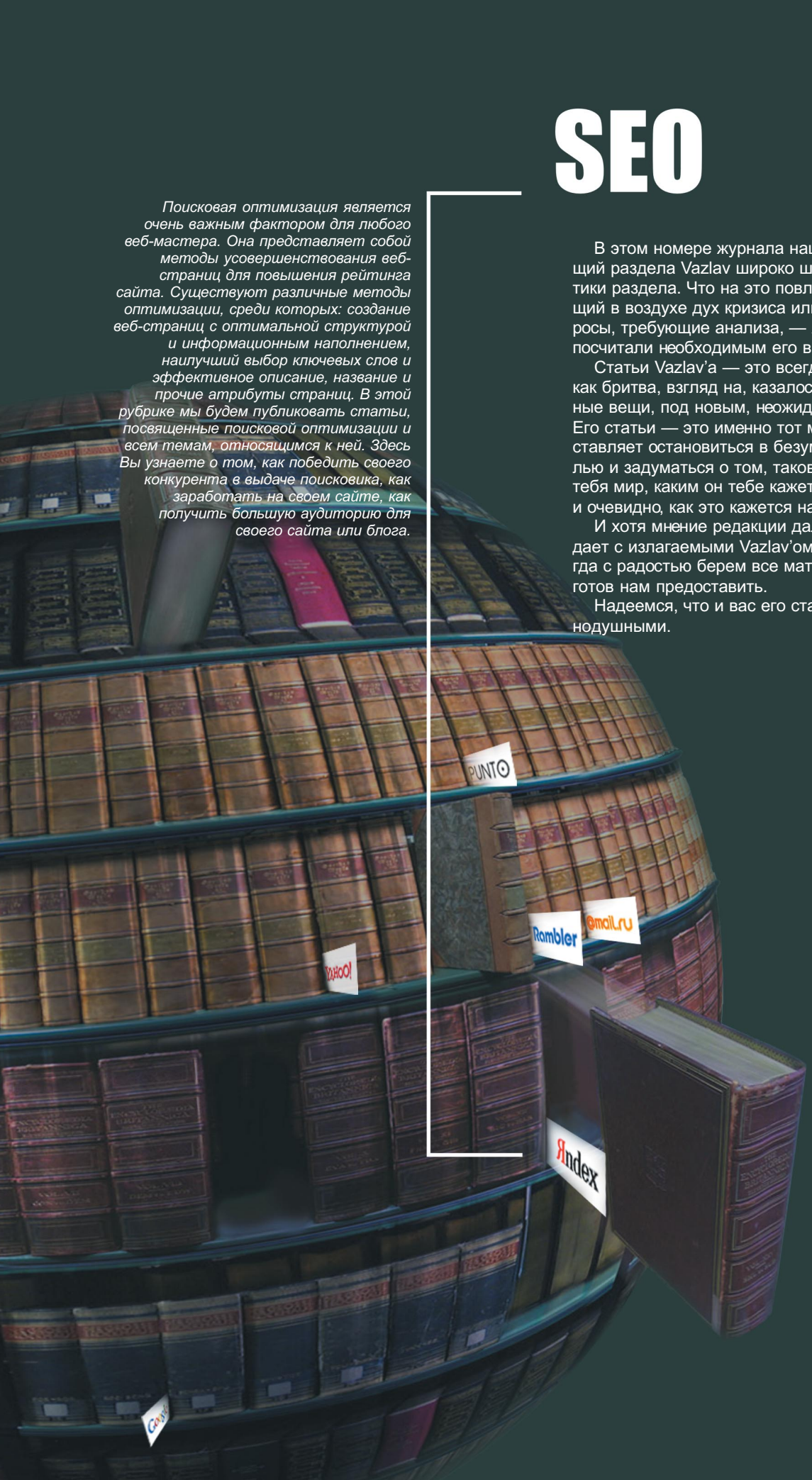
Поисковая оптимизация является очень важным фактором для любого веб-мастера. Она представляет собой методы усовершенствования веб-страниц для повышения рейтинга сайта. Существуют различные методы оптимизации, среди которых: создание веб-страниц с оптимальной структурой и информационным наполнением, наилучший выбор ключевых слов и эффективное описание, название и прочие атрибуты страниц. В этой рубрике мы будем публиковать статьи, посвященные поисковой оптимизации и всем темам, относящимся к ней. Здесь Вы узнаете о том, как победить своего конкурента в выдаче поисковика, как заработать на своем сайте, как получить большую аудиторию для своего сайта или блога.

В этом номере журнала наш постоянный ведущий раздела Vazlav широко шагнул за рамки тематики раздела. Что на это повлияло больше: веющий в воздухе дух кризиса или накопившиеся вопросы, требующие анализа, — я не знаю. Но мы не посчитали необходимым его в этом ограничивать.

Статьи Vazlav'а — это всегда острый, режущий как бритва, взгляд на, казалось бы, давно известные вещи, под новым, неожиданным углом зрения. Его статьи — это именно тот материал, который заставляет остановиться в безумной гонке за прибылью и задуматься о том, таков ли окружающий тебя мир, каким он тебе кажется. Так ли все просто и очевидно, как это кажется на первый взгляд.

И хотя мнение редакции далеко не всегда совпадает с излагаемыми Vazlav'ом взглядами, мы всегда с радостью берем все материалы, которые он готов нам предоставить.

Надеемся, что и вас его статьи не оставят равнодушными.



Карфаген должен быть разрушен

Здравствуйте, уважаемые читатели журнала AWM Magazine. В этом номере я хочу немного поразвлечься конспирологией. Да-да, именно так. Мы проведём забавные параллели между экономическим кризисом, поразившим мировую финансовую систему, и якобы кризисом онлайн-индустрии развлечений для взрослых.

Мы непременно найдем образ врага, обвиним мировое правительство, билдербергскую группу или ещё кого-нибудь. Кого угодно, лишь бы не самих себя.

Итак, в мире бушует финансовый кризис. Большие дяденьки плачут крокодиловыми слезами, у человечков поменьше тоже полно поводов поплакать и пожалеть самих себя. Собственно говоря, в индустрии развлечений для взрослых происходит примерно то же самое. Аналогия станет ещё более понятной, если посмотреть, кто как страдает и как пытается выйти из ситуации. Большим дяденькам даются огромные кредиты, их состояния оберегаются, топ-менеджеры продолжают получать хорошие бонусы. Давайте угадаем - а за чей счёт? Поприветствуем рядового лоха - мистера налогоплательщика! А кто во всем виноват? Правильно! Мировое правительство, финансовая олигархия и прочие нехорошие люди. Хмм... А кто, собственно, выигрывает от кризиса? Несмотря на то, что я причисляю себя к сторонникам дикого капитализма и олигархической модели управления, мой любимый труд по экономике - это «Капитал» Карла Маркса. Мужик давно всё описал, видимо, за это его и не любят. Выиграют от кризиса те дяденьки, к которым я отношу немного и себя самого, - эксплуататоры. Рост безработицы и прекрасная отмазка про «кризис» позволяют совершенно спокойно урезать зарплаты, социальные пакеты и прочую заразу, занесённую коммунистическим ветром. Если меня сейчас читают американские коллеги, то проясню - рост популярности в мире коммунистической модели (особенно после Второй мировой войны) принёс слишком много благ трудящимся капиталистических стран. Это была вынужденная мера, чтобы сократить рост красной угрозы и обеспечить высокий уровень жизни. Обеспечилось сие, в первую очередь, дешёвыми кредитами, увеличением гражданских свобод и прочей околокоммунистической равноправной заразой. Сейчас, когда угроза в лице СССР исчезла, а Китай существенно больше похож на капиталистическую страну, необходимость в этих поблажках отпала. И рабочий класс загоняется туда, где ему и положено быть по законам социал-дарвинизма и эволюции. Выживать должны лишь сильнейшие.

Ух, ты. Хватит, пожалуй, политических бредней, и вернёмся к изображениям спаривающихся людей. Что делают в адалт-индустрии страдающие от «кризиса» дяденьки поменьше? В общем-то, то же самое - перекладывают свои проблемы на рядовых веб-мастеров (смотри заметку: **Not Russian Cheaters**), находят образ врага, во всём виноватого (смотри статью: «**Съешь ещё этих сладких французских булок**»). О параллели с олигархической моделью и излишними свободами вы прочтёте в статье «**Кто виноват?**». Общее с банковско-кредитным авантюризмом найдете в статье «**Ошибки сидящих на вершине пирамиды**». А необходимость уменьшить «средний и рабочий класс» отчётливо читается в статье «**Принцип Парето**».

Vazlav.
Ботари Лимитед
www.bothari.ru

Not Russian Cheaters

Так уж повелось, что в первые годы становления онлайн-индустрии развлечений для взрослых бывшие граждане СССР повели себя действительно не очень хорошо. Чем вполне заслуженно заработали в мировой онлайн-системе клеймо «Russian Cheaters». Пользуясь случаем, я приношу свои извинения за деятельность своих бывших сограждан. Мы вырвались на просторы Интернета голодной ордой, чуть не заваленной под обломками железного занавеса. Запах свободы капиталистического мира и запах денег вскружил головы многим. А вот чего не отнять у моих сограждан, так это природной смекалки. Поколения, проведённые в коммунистическом рабстве, привили нам привычку «тащить всё, что плохо лежит». Но не потому, что все поголовно воры, а просто в стране ничего не было. Ничего нельзя было купить, а заполучить хоть какие-то блага цивилизации можно было только не самыми честными путями. И попав в Интернет в середине 90-х годов прошлого века, мы попросту не умели ещё думать иначе - нам в головы было вбито пропагандой, что богатство можно накопить только обманом. А богатства после прозябания в нищете и даже голоде очень хотелось многим.

Но вернёмся к теме. Парадокс, но за какой-то десяток лет роли кардинально изменились. Русским теперь принадлежит приличное количество легальных интернет-проектов и стартапов. Русские партнёрские программы пользуются заслуженным уважением (правда, очень часто скрывают свои русские корни, чтобы не навлечь на себя тень от былого клейма). А вот американские коллеги что-то зачастили на путь юридически обоснованного надувательства. Нет, формально они и не американские (слава природе за созданные острова, на которых удачно разместились оффшорные юрисдикции) и даже никого не обманывают. Дьявол - в деталях. А дьявол юриспруденции - в деталях, написанных мелким шрифтом. Но так или иначе, законно или нет, но рядовых вебмастеров глобально дурачат. Некоторые партнёрские программы более тонко, а некоторые весьма грубо. О тонких способах я умолчу, чтобы не дать возможности воспользоваться ими тем партнёрским программам, которые до них ещё не додумались. А вот грубый способ, в общем-то, всем известен. На популярных вебмастерских форумах весьма регулярно вспыхивали обвинения, но все оправдания партнёрских программ сводились к «ой, а мы и сами не знали!». Брешь на какое-то время залатывалась, но спустя время кингстоны обратно открывались. Я говорю об установках Cookies. Больше 75 % протестированных нами партнёрских программ осуществляли и продолжают осуществлять регулярные махинации с этим инструментом идентификации посетителей. Ни о каких «пожизненных» комиссионных больше речи даже не заводится, а Cookie, установленная на два месяца, считается манной небесной. Огромное же количество платных сайтов для взрослых устанавливают Cookie на период лишь текущей сессии браузера пользователя. То есть зайди этот же пользователь на тот же сайт уже после обеда, он уже не принадлежит вебмастеру и вся прибыль от его подписки переходит в руки владельцев партнёрской программы. А рядовые веб-мастера даже не догадываются о том, что их водят за нос. Некоторые же даже не знают о возможности такой махинации и о способах вычисления мошенников. Так что мы пошли навстречу веб-мастерам и к моменту вручения вам этого номера журнала запускаем сервис проверки чистоплотности.

Заходите на сайт
www.notrussiancheaters.org

Vazlav.
Ботари Лимитед
www.bothari.ru

Съешь ещё этих сладких французских булок

Неожиданное название статьи, правда? Поговорим о «сладких булках». Не о тех, о которых вы подумали, между прочим, а о тубах.

Тубы, при условии, что это ТВОИ тубы, это очень сладкая булочка. Почему каждый АВМ, которому не лень понажимать кнопки (но лень включить голову), счёл уже своим долгом обхаять тубы и возвести их в образ врага? Вы не обижайтесь, если и к вам относится в данном случае слово «лентяй». Сами же себе ответите на вопрос: «А почему я до сих пор не пошевелил булками в сторону тубов?» - «Да лень как-то...».

Я уже не первый раз подчеркиваю идею укрупнения адалт-бизнеса. Да, это сильно оттесняет и затрудняет вхождение в бизнес новичков, но это нормальная обстановка для любого бизнеса. Новичкам редко по силам потянуть (и в техническом, и в финансовом плане) создание своего «Little Biggest Tube» - бендвич хоть и подешевел, но для массового видеохостинга всё же ещё накладен для начинающих. Плюс со всех сторон звучит пропаганда, что «тубы - это зло».

Есть и ещё важный момент. Тубы дают приличные обороты и не очень высокую рентабельность. Но в числовом выражении прибыль очень немаленькая. Однако рентабельность эту нужно уметь получать. Получать же хорошую рентабельность новички попросту не могут уметь, да и опытные веб-мастера застряли в эпохе «люди купят любое порно». А люди уже не хотят любого. «Народу не нужны нездоровые сенсации. Народу нужны здоровые сенсации!» Посетитель хочет индивидуального подхода и обратной связи - вебдванольности. Поисковые системы, со своей стороны, хотят получать хороший и уникальный контент, чтобы его показывать. И тубы могут давать и то, и другое. Нет, могли бы давать и блоги, и галереи, и фришники. Но их ниша забита стандартами и проявить инициативу попросту не дают владельцы, оседлавшие вершину пирамиды.

Для типичного АВМа посетитель — это дойная и бесправная корова. Которому почему-то нельзя дать возможность высказать своё мнение или попросить что-то. «Сливайте трафик только на нас!» Тьфу! Тошнит меня от этой формулировки. И тошнит по двум причинам. Во-первых, трафик — это люди, а не помойная жидкость, чтобы их «сливать». Да, для меня они тоже, может, «дойные коровы», но я к ним отношусь всегда уважительно и стараюсь угодить. Вкусным клевером накормить хотя бы, перед тем как на дойку или на колбасу отправить. Во-вторых, примитивное сливание - это кормление получателей слива. То есть сами сливающие оказываются, в общем-то, в роли тех же дойных коров - а я не люблю быть дойной коровой и других отговаривать стараюсь. В-третьих, - для меня загадка, почему веб-мастера из кожи вон лезут с техническими ухищрениями, чтобы заполучить побольше ссылок и трафика, но не удосуживаются покопаться в учебниках по маркетингу и психологии.

Ну, хорошо, принято делить веб-мастеров на тех, кто умеет добывать трафик, и на

тех, кто умеет его монетизировать. Это, в общем-то, нормальное разделение специализаций. Но веб-мастера-то во время этого процесса умудряются ещё и вредить друг другу, теряя на отбраковке огромный процент потенциальной прибыли. Поясню. Получив трафик с определенного запроса и ресурса, веб-мастер «сливает» его другому веб-мастеру, который вынужден работать без множества полезных исходных данных. Откуда человек пришёл, что он просматривал раньше, что именно он искал, по каким сиськам он кликал. А это важнейшая информация, нужная для серьезного улучшения «качества обслуживания» и продаж. Представьте себе супермаркет. Стоит человек и выбирает, какую бы бейсболку себе купить. Одну примерил, другую, третью. Зовёт консультанта отдела и спрашивает: «А у вас есть ещё бейсболки?» Консультант радостно его хватает и тащит в другой отдел. Передаёт из рук в руки другому консультанту, а тот начинает ему рассказывать о преимуществах нового MP3-плеера и уговаривает его купить себе два сразу. И пытается он продать плеер только потому, что первый забыл ему сказать, чего хотел покупатель.

Опять отвлекся, извините. «Не стреляйте в саундбластер, он играет, как умеет». Возвращаюсь к тубам и причинам их взлёта. Вот вы думаете, тубы так взлетели потому, что там раздают море халявного видеоконтента, подрывая рынок? Ничего подобного! Бесплатные фото- и видеогалереи существуют уже не первый год (и тоже прошли фазу обвинений в убийстве рынка, став потом стандартными промо-инструментами). Тубы отлично работают потому, что дают человеку уже привычную по другим (неадалтным) сайтам вебдвануальность. Дают возможность широкого выбора по разным критериям, дают возможность комментировать, отмечать тегами, создавать свои избранные папки (а владельцы «классических» порносайтов упорно надеются на классические же браузерные букмарки). Человек — существо СОЦИАЛЬНОЕ, даже при обсуждении порнухи. Сейчас, правда, многие тубы ограничили комментарии, став жертвами спама (как любой популярный ресурс). Но это уже техническая проблема, и решить её тоже можно. Только и владельцам многих тубов уже стало лень - они забрались на вершину мира, и люди туда идут, как раньше ходили на thehun.net, например.

Но суть не в этом. Суть в том, что тубы больше доверяют пользователям и своим веб-мастерам. Те взамен предоставляют уникальный user generated / uploaded content. Я сейчас не буду говорить о нарушениях авторских прав на тубах. Тут уж в семье не без урода, и в явлении виновата не сама система тубов, а люди. А что дают владельцы TGP или постеры галерей? «Руками не трогать! Касса - там!» Причём

запрет касается не только посетителей, но и веб-мастеров. Хочешь интерактивный JS или Flash вставить? А вот нельзя - напакостишь же обязательно и читить начнешь. Ну... что я могу сказать? Это плохая привычка — мерить всех по себе или под одну гребёнку. Я в курсе, сколько читеров среди «веб-мастеров», увы. И опять же таки, увиливая в идеологию, потому и говорю о необходимости отсечь 80 % адвертов или постеров (в статье «Принцип Парето»), но работать с оставшимися индивидуально и доверительно. Пользы будет больше для всех.

Ожидая же постоянного удара в спину, трудно быть гибким и гостеприимным. Вот вам пример. Сейчас индустрия в большинстве своём выглядит «супермаркетом постъядерного периода». То есть вдоль центрального входа разложены мины, потом натянута колючая проволока, потом выложен бетонный коридор-лабиринт. На входе стоит неприятный мужик в латексных смазанных перчатках и недвусмысленно намекаёт, что на выходе он обшмонает тебя ВЕЗДЕ. Между прилавков снуют наблюдатели за продавцами и кассирами, везде понатыканы видеокамеры, а к витринам «Дорогой алкоголь» подведён электрошок. И только из динамиков льётся «Добро пожаловать, уважаемый покупатель!» Шаг влево, шаг вправо - бан и трехдюймовый дилдо в анус.

И вот эта мрачная параноия и консервативность порождает неприязнь к тубам. Там, блин, и скрипты новые надо разработать, и с людьми работать. А как не хочется-то, ой как не хочется. Хочется, чтобы как раньше. Зашёл на порнолинклист/сидж/tgp - и ешь, посетитель, что дают. И спасибо говори за то, что хоть что-то дали на халяву посмотреть. Пришёл веб-мастер постить, и будь любезен нас лизнуть, как нам заблагорассудится - в точности с нашими правилами.

Vazlav
Ботари Лимитед
www.bothari.ru

THE RUSSIAN KINGS
The Russian Kings
здесь зарабатывают деньги
ДО 88 %
от цены смс
Билайн 3,31$
МТС 3,14$
МегаФон 2,26$
+ ВСЕ СНГ!
Еженедельные выплаты БЕЗ холда и минималки
10% реферальских
ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ, ВСЕГДА РАДЫ НОВЫМ ПАРТНЕРАМ.
ДАВАЙТЕ ЗАРАБАТЫВАТЬ ВМЕСТЕ!

Кто виноват,
что делать и у кого толще?

Именно эти вопросы являются самыми значимыми при обсуждении «кризиса» адалт-индустрии. Слово «кризис» я не зря взял в кавычки. Потому что никакого кризиса попросту нет. Есть лавинообразное накопление ошибок и закостенение в устаревших догматах и методах.

Начнём, пожалуй, с истории. Изначально Интернет своим развитием обязан «клубничке» немногим меньше, чем военным и учёным. Именно желание смотреть весёлые картинки в Сети двигало очень и очень многие технологии. А спрос, как известно, рождает предложение. И из нудной гипертекстовой среды Интернет вырос в мультимедийное сообщество. Тогда, когда и солнышко было поярче, и тётки погрудастее, именно адалт был на передовой линии технологий и внедрял их в Сеть. Именно адалт был законодателем моды и в дизайне, и в рекламных методиках.

Но потом, и особенно сейчас, индустрия законсервировалась и перестала быть не то, чтобы авангардом, но уже отстает и от арьергарда.

Почему же так получилось? Кто эти враги - внутренние или внешние, вредящие адалту? Начнём по порядку.

Первопричиной всех нынешних бед стала СВЕРХПРИБЫЛЬНОСТЬ. Не бизнес, а мечта идиота - продавать один и тот же товар сотни и тысячи раз. При этом сверхприбыльность и добавочная стоимость формировались на всех уровнях индустрии - от съемок контента и до его цены бесконечных продаж.

Себестоимость товара была низкой и раньше, а сейчас снизилась и подавно. Стали более доступными и фото-, и видеотехника. Существенно увеличился «ассортимент» моделей, готовых работать в разнообразных нишах, да и уже за меньшие суммы. И среди моделей есть своя конкуренция и свой демпинг. Нет, серьёзно. Сейчас в той же Москве нанять мейнстримную модель для съемок all-holes-available обойдется ДЕШЕВЛЕ, чем снять проститутку того же внешнего уровня.

Оплата работы съемочной и постпродакшн групп также весьма раздута (я не говорю, что это плохо, я просто констатирую факты). При этом я понимаю, когда снимается действительно качественное и дорогое порно. Но сеть завалена преимущественно закосами под homemade / amateur / nextdoor girl. Да, я немного излишне приплетаю конспирологические теории, но лично мне кажется введение «моды» на amateur весьма искусственным. Как говорили в Риме: «Ищите того, кому выгодно». А выгодно, разумеется, снимать amateur именно контентщикам. Снижение себестоимости съемок и постпродакшена в данном случае намного выше, чем снижение продажной цены готового контента. Но лично я никогда не поверю, что людям действительно больше нравится смотреть на порно, снятое в убогих интерьерах, и на девочек с прыщами на неаккуратно триммингованной «киске», чем на грудастых холёных профи, играющих свои роли на шелковом белье.

Соответственно, низкокачественный базовый контент породил ещё одну прослойку, которая тоже хочет кушать. Те самые постпродакшен команды. Говоря более доступно - гламурщиков тумб и фотошоперов. Таким образом, контентщики во многих случаях перенесли часть бремени со своих бюджетов на бюджеты либо партнерских программ, либо на плечи непосредственно веб-мастеров или фрилансеров. Но и это ещё не все! Следом ко всему процессу

азартно присосались «дизайнеры». Обхватили своими ртами могучую эрекцию индустрии и азартно сосут из неё деньги. Причём бессовестно пользуясь некомпетенцией заказчиков (что, в общем-то, тоже является нормальной бизнес-моделью формирования надбавочной стоимости). Но по сути своей графический дизайн для порносайтов более вреден, чем полезен! Парадокс! Графический дизайн совершенно не нужен. Он даже, скорее, может испортить впечатление (художественные вкусы у потребителей могут существенно расходиться с любимой палитрой дизайнера). От всего дизайна для «взрослых» сайтов нужна только одна его часть - юзабилити. Чтобы было просто, удобно и понятно, куда нажать, где посмотреть Free Samples, а где ввести номер кредитной карты для оплаты. Лучшего, чем белый фон и черные буковки, для этого ещё ничего не придумано, как бы ни убеждали дизайнеры заказчиков в обратном. Посмотрите-ка на тренды вебдизайн моды за последние годы. От мыргающих и пыхающих страничек отказались практически все сайты, даже хомяки Вась Пупкиных из Задрищенска! Только не порносайты.

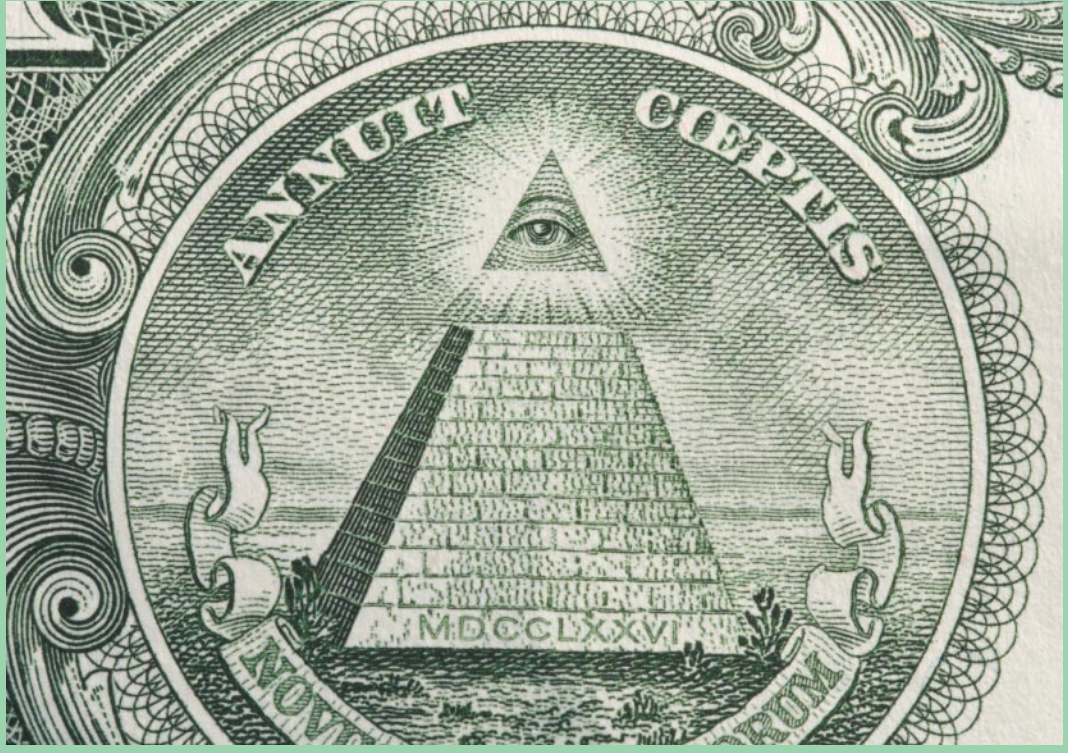
Не так давно я сотрудничал в качестве консультанта по развитию с одной партнёрской программой, которая заготовила порносайтов столько, сколько рынку попросту не нужно. И при этом затраты на «дизайн» двукратно превышали затраты на первичную закупку контента. Я уж помалкиваю пока о том, что эту же сумму было бы разумнее отправить на оплату работы райтеров. Об этом мы ещё поговорим ниже. Самой же ёмкой фразой, характеризующей ситуацию, я считаю произнесённую однажды веб-мастером, известным под ником V.V.Pupkin, - «На дизайн мастурбируют в основном сами дизайнеры».

Но всё же я говорил о сверхприбыльности и её губительности для бизнеса. Так вот, в начале дикого расцвета адалта сетевое порно было новинкой. Люди смотрели всё, что дают, и радостно платили вопреки даже самому кошмарному дизайну. Не существовало монополии поисковых систем, и возникли агрегаторы трафика и системы обмена трафиком. Т. е. пользователя грубо «пинали» до тех пор, пока он чего-то не купит. Ни о каком уважении к клиенту речи не шло. И именно нехватка предложения при быстро растущем спросе породила зло — сверхприбыльность и олигархию. Что же из этого получилось? А получилось так, что многие первопроходцы свято уверовали в незыблемость статуса кво и в вековечное благоденствие. Заполучив лидирующие позиции, они стали диктовать свои условия и стандарты, исходя лишь из соображений даже не прибыльности (это я бы понял), а из соображений личного удобства и нежелания хоть что-то менять. Внедрение этих стандартов, но и необходимость двигаться дальше, породили множество нелепейших мифов, легенд и откровенной дезинформации.

Сейчас стандарты требований тех же галерей выглядят настолько негуманоидными и оторванными от реальностей рынка, что многие новички даже не пытаются их понять. Им, поколению Web 2.0, и в голову не приходит, что нужно соблюдать столь нелепейшие требования. Чтобы не быть голословным, упомяну вскользь о трёх самых глобальных маразмах - запрет на внешние CSS-файлы, запрет на Flash и JavaScript и требование УНИКАЛЬНОГО дизайна. Первые два произрастают из недоверия к веб-мастерам (увы, зачастую обоснованного) и из лени усовершенствовать свои проверяющие скрипты (хотя это обойдется дешевле на порядок, чем оплата труда ревьюверов). Второй меня поражает до глубины души. Понимаете, юзабильных layoutов (извините, никак не могу подобрать русское слово для обозначения этого понятия) существует лишь пара десятков. Цветовых схем, усредненно приятных для восприятия, существует немногим больше. Ну, и что же в результате? А в результате мы имеем жуткие странички, напоминающие лишь былые домашние странички первых интернетопроходцев. Лишенные юзабилити, интерактивности и ЗАБОТЫ об удобстве пользователя. То есть на пользователя попросту наплевать – главное, чтобы соблюдались высосанные из пальца заскорузлые «стандарты».

И вот именно эта косность и нежелание меняться и идти на компромисс сейчас привели к тому, что в «классической схеме» появилась и ширится огромная брешь ниже ватерлинии. Но... «Врагу не сдается наш гордый варяг». Лучше поискать образ врага на стороне, чем поискать ошибки у себя.

Vazlav.
Ботари Лимитед
www.bothari.ru



Ошибки сидящих на вершине пирамиды

Добираемся до третьей причины «кризиса». И поговорим об агрегаторах трафика, таких, как линклисты, тгп и каталоги блогов.

Сначала нужно сравнить историю и современность. В период своего возникновения агрегаторы трафика выполняли революционную роль - они позволяли обмениваться трафиком, ссылками и давали шансы получить приток посетителей новым сайтам. Но ссылками тогда обменивались ещё не для перераспределения ссылочного ранжирования, а просто для реализации обмена трафиком. Чуть позже, но слишком медленно стало приходить понимание того, что обмен ссылками (hardlinks) даже важнее, чем непосредственный обмен и первичное получение трафика. Крепкая ссылочка позволяла получать и агрегаторам, и постерам самый жирный поисковый трафик непосредственно на свои ресурсы. И смекалистые постеры догадались абсолютно соблюдать требования овнеров, но перебалансировать и ссылки, и контентное насыщение так, чтобы пользователь с поисковых систем никогда не уходил на агрегаторы и даже не видел бы их «ресипов». И делалось это не хитроумными скриптами (это было бы читом), а просто правильной политикой балансировки ссылок, контента, юзабилити и пониманием психологии восприятия.

Я недавно из чистого любопытства проверял. Подавляющее большинство агрегаторов до сих пор не удосуживается проверять содержимое файлов robots.txt и sitemap.xml своих постеров. А это, между прочим, позволяет постерам вообще совершенно спокойно минимизировать попадание ресипной (warning) страницы в выдачи поисковиков и, соответственно, уход с неё на агрегаторы. Таким образом, постеры могут попросту «доить» ссылочное ранжирование агрегаторов. Чит? Чит, да не совсем. Ведь и агрегаторы то ли по незнанию, то ли умалчивая, совершенно без зазрения совести «доят» и своих постеров. Как? Да элементарно. Кто такой агрегатор с точки зрения поисковых систем? Это трастовый ресурс, подкрепленный жирными ссылками и наполненный относительно хорошим и релевантным контентом. И что получается? Что поисковики присваивают право «первородства» текстового контента и ссылочных анкоров непосредственно агрегатору. Ведь его позиции сильнее, а его содержимое, с высокой долей вероятности, будет проиндексировано раньше, чем содержимое первоисточника. А для поисковых систем это равнозначно тому, что сайт постера скопипастил контент с агрегатора, а не наоборот. Кто первый встал - того и тапки! Особенно опасна эта ситуация для блоггеров, которые постятся в блогдиры. Особенно в хитроумно организованные блогдиры (я не буду показывать пальцем, но таких достаточно). Такие системы реализованы так, что веб-мастера по сути снабжают их и ссылками, и уникальным контентом. Причём веб-мастера обычно снабжают их постоянными ссылками

с каждой страницы своего блога (из блогролла), а в обмен получают ссылки, постепенно уходящие в глубокий архив.

Особенно такая ситуация неприятна, если ваш блог наполняется уникальным содержимым, а не генерированным, агрегированным или синонимизированным контентом. Ведь уникальный и недешевый контент после постинга в каталоги становится тут же неуникальным. И более того, все преимущества этого контента (или как минимум его обрезанной части) переходят к владельцам блогдиров.

Тут опять оговорюсь. Я ничего не имею против такой модели «облапошивания» блоггеров блогдирами. Всё-таки это бизнес, и тут уж правило простое. Не хочешь принимать условия - не пости в каталоги. Но знать это нужно. Просто воспринимать как данность и понимать, почему такие плохие позиции. Предупрежден значит вооружён.

Движемся дальше. Где же ещё ошибаются владельцы агрегаторов? Да на каждом шагу. Во-первых, принимая в основном ссылки на свою индексную страницу, причем с фиксированным анкором. Это серьезная и несусветная глупость. Ссылки (когда их много) должны вскармливать страницы второго уровня (т. е. категории) и обязательно разнообразными, релевантными СЧ / НЧ / СНЧ анкорами! И в идеале, не из пресловутого блогролла, а из контекста или хотя бы из области сразу же после поста (где обычно публикуется служебная информация и тэги). Но на это, конечно же, уже не пойдут веб-мастера. Шутка ли - в каждый пост ставить десяток ссылок на разные блогроллы. Тут не только ранжирование расползется, тут ещё и посетители по этим ссылкам разбегутся. Из блогролла все же и сами ссылки ценятся существенно меньше (я абсолютно уверен в том, что поисковые системы оценивают контекстные ссылки на порядок выше, чем сгруппированные блоки ссылок, которые они относят, скорее, к навигации и рекламе, нежели к ссылкам-рекомендациям). Да и пользователи разбегаются по ссылкам из блогролла существенно меньше, особенно если его устроить со знанием психологии восприятия (самый простой пример - форматирование текста по правому краю и с использованием шрифтов с засечками или моноширинными - кликабельность такой зазубренной лестницы в четыре раза хуже).

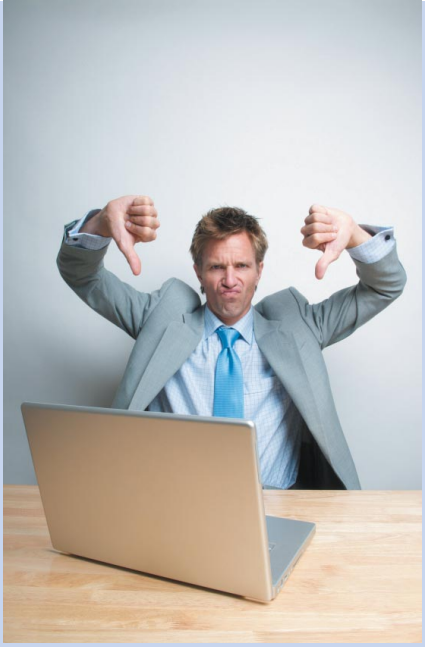
Следующая ошибка - это отказ принимать разные блоги, расположенные в папках одного домена. Кто-то кому-то когда-то сказал (не иначе, чтобы все делали так плохо и не создавали конкуренции тому, кто это сказал), что блоги должны быть на отдельных доменах или на сабдоменах. Ну, это же глупость невероятная. Особенно с тех пор, как гугл перестал распространять трастовость домена второго уровня на его сабдомены. А вот содержимое папочных блогов, особенно релевантно взаимосвязанных, является очень и очень привлекательным. Все эти блоги напитывают и сами себя (свои папки), и главную страницу, и собственно говоря, агрегаторы (которые это позволяют). Размещение же блогов на сабдоменах, особенно на сабдоменах фриблогхостов, - это глупость. Ну, с какой стати, если разумно поразмыслить, гугл будет высоко оценивать блог, на который пожалели 10 долларов? Ну ладно, когда речь идёт о некоммерческих блогах или низкоконкурентных тематиках. Но когда вопрос касается явно коммерческих тематик - тут уж будьте добры создавайте отдельный домен. Если у вас серьезно нет денег на отдельный дополнительный домен, то, значит, он вам и не нужен. Значит, вы просто ещё не умеете работать с блогами и смысла плодить дополнительные сабдомены просто нет. Значит, учитесь и вскармливайте один домен и один блог. А что такое порноблоги на фриблогхостах? Ну, если только автонаполняемые сплоги низкого качества, которые действительно не стоят 10 долларов и которые вы плодите сотнями. Во всех иных случаях вы просто работаете на владельца такого фриблогхоста 4-6 часов из своего 8-часового рабочего дня. Если к этому приплюсовать ещё пару часов, которые вы отдаёте агрегаторам, то на себя вы работаете всего не более двух часов.

Продолжаем разговор. 99 из 100 агрегаторов выглядят по нынешним требованиям гугла просто линк-фермами. Соотношение полезный контент к ссылкам у них чрезвычайно низкое. Пока что их ещё спасает слишком сильное ссылочное ранжирование, но они проваливаются всё ниже и ниже в выдаче. И ведь изменить ситуацию очень несложно. Достаточно изменить требования к размещаемым веб-мастерами в листинги сайтам. Просто взять и потребовать соответствия SEO-стандартам от фришников (галер, блогов) вместо высосанных из пальца собственных сложившихся стандартов. Потребовать в описательной части (размещаемой на странице агрегатора) наличия не «деска», а более полновесного, качественного описания. Да, это оставит без работы опять-таки 80 % постеров, которые не в состоянии будут написать тексты или изучить СЕО-требования. Но эти 80 процентов и не нужны. Исчезнут очереди на аппрув и именно достойные (т. е. умные и/или старательные) веб-мастера будут получать и листинги, и трафик, и ссылки, и деньги. Я не понимаю «благотворительности» овнеров таких ресурсов, которые пытаются создать какие-то там равные условия и облагодетельствовать «справедливостью» максимальное количество веб-мастеров. При этом запихивая хороших веб-мастеров в длинные очереди, снижая собственную прибыль и вынуждая толковых искать другие пути работы. Толковые-то эти пути и находят, хоть и не всегда легальные или этичные. А в очередях остаются лишь толпы бестолковых, бесполезных и попросту вредных для бизнеса. Что это? Глупость или действительно романтическое благородство? Или есть какой-то тайный смысл, который от меня ускользает? Возможно. Возможно, овнерам таких ресурсов попросту наплевать на эти проекты, и они существуют лишь в виде побочного пассивного дохода. Лишь бы хоть что-то капало, но только бы с этим всерьез не возиться. Если это так, то я вполне понимаю такой подход. Хотя в таких случаях всё же лучше нанять толкового менеджера, который возьмет эту работу на себя и увеличит прибыль в два-три раза за полгода-год. Причём вернув тенденцию к росту, а не продолжая затяжное падение вниз.

Vazlav
Ботари Лимитед
www.bothari.ru

МЫ ДЕЛАЕМ FLASH

ICQ: 284851720
Skype: tochilin.e
mail: tochilin.e@gmail.com
portfolio: www.tochilin.net



Принцип Парето

Вам когда-нибудь приходило в голову, почему в топах поисковиков практически никогда не оказываются непосредственно сами платники?

Причем не оказываются по таким поисковым запросам, по которым сложно представить более релевантный ответ, чем их наличие на первом месте. Нет, разумеется, такое положение вполне устраивает веб-мастеров (при текущей схеме работы), но лишает изрядной доли прибыли владельцев платных порносайтов. Что сейчас собой представляет платник с точки зрения поисковых систем? Это несколько абсолютно неоптимизированных страниц, практически без текста, свёрстанных с нарушением всех мыслимых стандартов и перегруженных некатегоризированной графикой. При этом они впитывают в себя массу ссылок, отличающихся только параметром Ref_Id, но не имеют никаких средств по борьбе с дубликацией. То есть с точки зрения гугла вместо одной страницы он видит тысячу идентичных страниц с урлом, отличающимся только одним параметром. Но для гугла это разные страницы, и они должны быть с разным контентом. Иначе добро пожаловать под пенализирующий фильтр. А если ещё и учесть низкое качество входящих ссылок - чуть ли не с взломанных сайтов и из почтового спама, то не наказать такой сайт за его аффилиативную модель гугл просто не может. И сам сайт платника сваливается в бездну выдачи, уступая место более привлекательно выглядящим (с точки зрения SEO) дорвеям, тубам, сиджам и прочим порталам.

Казалось бы, это же хорошо для веб-мастеров. Иначе выдача была бы забита релевантными и текстонасыщенными платниками с правильным кодом, мета- и альт-тегами. И веб-мастерам бы ничего не досталось. Ан нет! Без помощи веб-мастерских ссылок такой сайт бы не получил достаточного уровня для появления в топе. Только ссылки должны быть чистыми и с чистых ресурсов. И соответственно, если совсем чуть-чуть изменить модель проставки ссылок на платники и саму структуру платных сайтов, то в шоколаде окажутся все. Ну, вернее, не все, а 20 % веб-мастеров. Остальные попросту не нужны. Более того, они вредят и партнерке, и другим веб-мастерам.

Да, я смотрю на этот бизнес очень цинично. Никто меня не заставит радеть о благе легиона веб-мастеров, если можно обойтись и десятком и получить большую прибыль с меньшими расходами. Да и любой владелец платного порносайта с удовольствием согласился бы снизить свои издержки и отказался бы от выплаты приличного процента прибыли аффилиатам, если бы мог. А фишка в том, что могут, если захотят. И поскольку я оказываюсь в тех самых 20 процентах, которые серьёзно могут выиграть от изгнания 80 процентов, то я прилагаю множество усилий, чтобы такая схема реализовалась. Нами разработано полностью альтернативное и современное программное обеспечение как для платных сайтов, так и для партнёрских программ, но эти решения вряд ли станут достоянием общественности, поскольку мы ещё не достаточно крепко закрепили свои собственные позиции.

Итак, действительным злом для платников является неконтролируемая деятельность веб-мастерских масс. Опять парадокс! Сами веб-мастера холят свои личные проекты, оптимизируют их и занимают позиции выше самих платников, а сами владельцы платников и слышать ничего не хотят о подобных мерах. Мне этого не понять - это ведь экономически неэффективно. Почему оказываются на хороших позициях тубы и даже устаревшие сиджи? Потому что их владельцы строго всё контролируют и пресекают любую деятельность, способную подорвать стабильность их проектов. Из трейдов (как ссылочных, так и трафикообменных) исключают-

ся «плохие» соседи, а сами проекты живо реагируют на изменение требований поисковых систем.

Опять-таки, не раскрою большого секрета, когда скажу, что прибыль среднего портала выше, чем прибыль нескольких средних платников, вместе взятых. По этим же причинам вебмастера более гибки, чем нынешние платники и партнёрки. Захотелось своенравно что-то улучшить - и улучшили. А в партнерках (особенно крупных) не так. Внедрить какую-то новинку в работающий проект - это больших нервов стоит. Ведь проект завязан не сам на себе, а на веб-мастерах, готовых поднять бунт из-за небольших (и неизбежных при внедрении) ошибок. А не ошибается лишь только тот, кто ничего не делает. Вот владельцы платных сайтов и не делают ничего. В точности по рецептам мудрости программистов: работает? проверял? тогда больше ничего не трогай! А предупредить и согласовать что-то с армией веб-мастеров - это, знаете ли, серьезная проблема. На каждого довольного изменениями найдется недовольный. И что самое важное, именно этот недовольный станет больше всех ругаться, да ещё и публично. И только работающие всерьёз веб-мастера понимают: если что-то изменяют, значит, уже просто нельзя работать по-старому. И поэтому все изменения производятся только тогда, когда крах уже кажется неотвратимым и терять почти нечего. Либо попытаться что-то изменить, с риском как выиграть, так и проиграть, либо ничего не предпринимать и продлить неизбежную агонию и точно проиграть, но потом.

Вот это всё сейчас и происходит. Крах существующей системы уже неизбежен (если ничего не менять), но схему прошлого века всё ещё пытаются залатать. Находят образы врагов, оправдывают себя кризисом. Лишь бы ничего не менять. Виновные найдены, делать ничего не будем - и все счастливы.

Vazlav
Ботари Лимитед
www.bothari.ru

Антикризисное CEO

Вы когда-нибудь задумывались, как сильно вы усложняете поисковым системам индексацию собственных сайтов? Уделяя массу внимания оптимизации контента и ссылок, веб-мастера напрочь забывают о важных технических составляющих и попросту мешают поисковым системам оценить по достоинству свои усилия.

Используя неоптимизированное программное обеспечение на сервере, вы заставляете ботов торчать в пробке и ожидать получения вашего контента. Задумайтесь над цифрами. Веб-сервер Nginx способен отдавать статический контент со скоростью 9000 запросов в секунду. «Стандартное» решение (Apache + динамически формируемое с помощью PHP & MySQL содержимое) отдаёт контент в среднем со скоростью 200 запросов в секунду. Об излишних нагрузках на сервер мы поговорим позже, а сейчас сосредоточимся только на факторах CEO.

Логично предположить, что Google не владеет всем временем Вселенной. А значит, на индексацию определённого сайта он не может затрачивать бесконечное количество своего времени - у него очередь ого-го какая. То есть, приходя к вам на сайт, он как бы говорит: «Парни, у меня есть 20 секунд. Показывайте свой товар». И если ваши «парни» нерасторопны, то Google посмотрит 5-6 страниц и уйдет, пообещав зайти завтра. Ну, в крайнем случае, через неделю. Точно не позднее, чем через месяц. Если ваши «парни» подсуетятся и успеют показать Google 20 страниц, то он оценит рвение и будет заходить к вам чаще. Потому что вы его не морозили в прихожей, а сразу показали то, что он хотел увидеть.

Эмпирически я выяснил, что это не просто предположения, но и реальность. В эксперименте участвовало 150 доменов, насыщаемых агрегированными тематическими подборками на различные тематики. 50 использовали статичный pregzipped-контент, 50 — сложную связку Nginx-FastCGI-Python-Memcached-Sqlite-tmpfs и ещё 50 — классическую версию WordPress. Первые две группы внешне абсолютно мимикрировали под стандартный вордпресс, схемы пассивного продвижения использовались идентичные для всех трёх групп (регистрация в Google Webmaster Central, подача sitemap, ссылки, получаемые с пинг-сервисов и равнодисперсные ссылки со страниц, уже проиндексированных ранее).

Спустя два месяца были подведены итоги. За 100 % было принято суммарное количество страниц, предложенных поисковым системам для индексации.

1. В первой группе проиндексированными оказались 99 % страниц.
2. Во второй группе в основной выдаче нашлись 78 % от страниц.
3. И третья группа проиндексировалась лишь на 52 %.

Разумеется, что при более интенсивной подпитке страниц внешними входящими ссылками показатели можно практически сравнять (ну, или, как минимум, уменьшить столь сильную разницу). Но ссылки - ресурс ограниченный, и их постоянное получение более ресурсоемкий активный процесс. В то время как однократная настройка необходимого ПО является менее трудоёмкой задачей.

Давайте обратимся к техническим деталям реализованных схем

1. Nginx & Static.

В данной схеме все страницы создаются отдельным процессом и хранятся на веб-сервере исключительно в виде статичных страниц. Кроме того, возможность хранить страницы в виде заранее сжатых (pregzipped) страниц существенно снижает нагрузку на ресурсы сервера (иначе загружаемые сжатием «на лету») и ещё немного увеличивает скорость отдачи контента конечному пользователю. Есть и дополнительная возможность для ещё более быстрой обработки статического контента на высоконагруженных проектах - размещение и хранение файлов не на диске сервера, а предварительно копируя их непосредственно в память созданного tmpfs раздела Linux.

Плюсы:

- существенно снижается нагрузка на системные ресурсы;
- существенно увеличивается скорость отдачи контента;
- существенно снижается вероятность отказа в обслуживании из-за перегрузки системы;
- полностью исключаются XSS- и SQL-injection-атаки;
- снижение в комментариях ссылочного спама.

Минусы:

- хранение огромного количества небольших файлов (оптимизируется использованием журналируемых файловых систем Ext4 или Reiser4 либо нежурналируемой Ext2);
- невозможность пользовательского поиска непосредственно по сайту (компенсируется ускоренной индексацией, а значит, возможностью использовать по сайту встраиваемый поиск Google);
- затруднённость обработки динамических и активных посещений (проблема с приёмом комментариев на блогах решается приёмом комментариев AJAX-скриптом и обработкой (включая фильтрацию спама); комментариев на стороннем сервере с последующей регенерацией прокомментированных страниц целиком либо только текстовых файлов; комментариев, отображаемых на страницах опять-таки с помощью AJAX);
- затруднённость динамического обновления внутренней перелинковки (проблема решается либо через AJAX - для пользователей, либо периодической регенерацией затрагиваемых страниц);
- необходимость написания собственного движка «управляющего процесса».

2. Сложная и многоступенчатая связка Nginx-FastCGI-Python-Memcached-Sqlite-tmpfs

Является промежуточным решением между удобством использования динамического контента, потреблением системных ресурсов и скоростью отдачи контента. На практике механизм FastCGI может быть заменён на SCGI или на WSGI. Однако стандартным встроенным модулем Nginx является пока только FastCGI, а использование сторонних и слабопротестированных модулей вряд ли оправдано с точки зрения надёжности. Язык Python точно так же может быть заменён на любой другой, более привычный лично вам. Хоть на PHP, хоть на C++.

Использование Memcached является разумным выбором для перемещения в кэш памяти наиболее часто запрашиваемых страниц. Sqlite также может быть заменена на ваш предпочитаемый движок базы данных, однако для 99 % задач использование именно Sqlite оказывается весьма экономически эффективным. Опционально tmpfs применяется для дуплицирования рабочей базы данных непосредственно в память, с целью ускорения доступа.

Плюсы:

- гибкость управления динамическим контентом;
- отсутствие необходимости в отдельном управляющем процессе;
- относительно высокая скорость отдачи контента;
- возможности применения и быстрого внедрения различных надстроек.

Минусы:

- сложность развёртывания;
- остающаяся проблема XSS и SQL-

injection;

- относительно высокая нагрузка на сервер, особенно при выполнении поисковых SQL-запросов типа LIKES.

3. Классическая схема Apache + PHP + Mysql

Об этой схеме можно не говорить отдельно, поскольку её применяет большинство. Нет, весомая часть ещё применяет Microsoft IIS + NET, но у этих вариантов схожего больше, чем разного. С той лишь разницей, что Windows решения традиционно более требовательны к аппаратному обеспечению и потреблению системных ресурсов.

Плюсы:

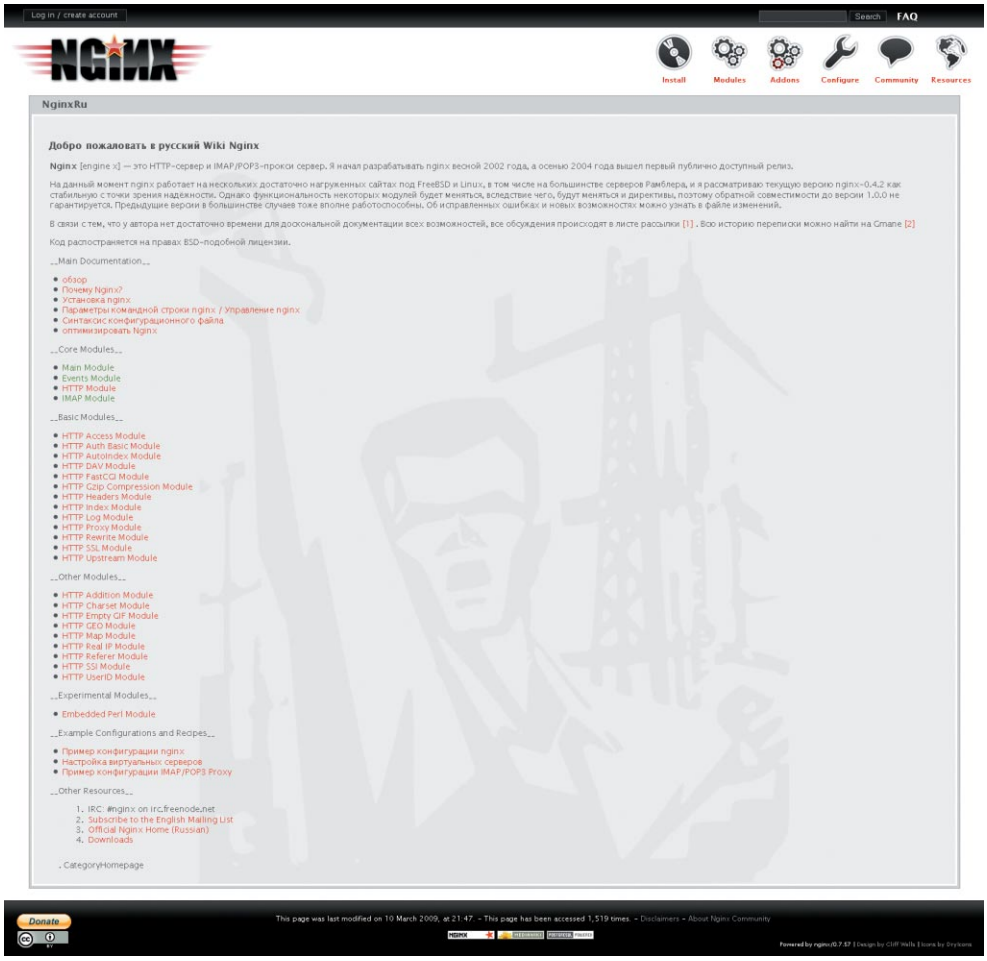
- всеобщая распространённость и документированность;
- простота развёртывания.

Минусы:

- высокая ресурсоемкость;
- низкая производительность;
- низкая устойчивость к атакам всех видов;
- низкая скорость отдачи контента.

Мелочи CEO

У каждого веб-мастера, особенно у сеошника, есть свой набор мелочей, совокупность которых и позволяет выигрывать в конкурентной борьбе. Скажем, я не сторонник приобретать или получать ссылки, а значит, мне пришлось экспериментально выработать такое количество мелочей, которое позволяет компенсировать недостаточность ссылок. Пару процентов тут, по паре процентов там - и удаётся улучшить свои показатели в полтора-два раза. Причём, в отличие от получения ссылок, эти действия носят разовый характер и отнимают время только на первой стадии развёртывания проектов.



Проблема кодировок

Большинство веб-мастеров, с подачи разработчиков «легко интернализируемых CMS», приняли как должное использование кодировки UTF-8, редко задумываясь, какую цену они платят за это сомнительное удобство. Некоторые, кажется, даже не понимают технических различий между классическими и юникод-кодировками, а очень зря. Говоря грубо, каждый небазовый символ в кодировке UTF-8 описывается двумя-четырьмя байтами вместо одного (не стоит путать также кодировку Unicode и UTF-8). Базовыми являются символы латинского алфавита, арабские цифры и знаки препинания. Соответственно, при разработке национального сайта на других языках (в частности, на русском) использование UTF-8 приводит к двукратной избыточности объема контента. Много это или мало? В принципе, не очень много, если у вас фотосайт или малое количество страниц. Но вот если у вас большой и текстоориентированный проект, то издержки вырастают существенно. Я не говорю о занимаемом на диске пространстве - современные диски и их низкая стоимость позволяют игнорировать этот фактор. Но вот серверная память и ширина канала - все ещё не резиновые. Допустим такую ситуацию. 100 посетителей одновременно зашли прочитать на вашем сайте обзор нового ноутбука. Объем текста - 10000 знаков. Итого, не считая издержек серверного ПО, единомоментно потребуется 1 мегабайт памяти и соответствующая пропускная способность канала. Но если вы используете мультибайтную кодировку, то ресурсов вам уже потребуется в два раза больше. И если данный пример не

www.rx-partners.biz

Просто мы лучшие ;)

ICQ 430886685, 356001846, 421997526, 255570

очень пугает по потребности в памяти, то потребность в более широком канале уже очевидна. Теперь посмотрим на проблему по-иному. Допустим, ваш канал позволяет передавать 1 мегабайт в секунду. Следовательно, за 10 секунд вы сможете ответить максимум на 1000 запросов при использовании однобайтной кодировки и на 500 запросов при использовании мультибайтной. О чем это говорит? Ну, исключив ожидание пользователей, мы получаем и незначительный негативный CEO-фактор. Боты поисковых систем, как я уже говорил ранее, не владеют всем временем Вселенной. Они не могут уделять время исключительно на ожидание ваших страниц. А значит, за ограниченное время они смогут посетить и проиндексировать только ограниченное количество страниц. Повторюсь, что схема очень упрощённая и не учитывает ещё множества факторов. Ну, и представляет наибольший интерес для тех, у кого есть задача по индексации большого количества страниц.

Влияет ли использование CSS и DIV-вёрстки на CEO?

Напрямую - нет. Но косвенно - опять влияет. Есть три фактора, диктующих необходимость использования CSS и DIV-вёрстки.

1. В отличие от табличной вёрстки, вы получаете возможность улучшать юзабилити, не ухудшая CEO-параметров. Проще говоря, вы получаете возможность разместить наиболее важные для CEO элементы в начале HTML-документа, но при этом отобразить их на самой странице не наверху, а там, где они необходимы для удобства пользователей.
2. Очищение HTML-кода сотен страниц засчёт перенесения стилей в отдельный файл существенно уменьшает технический объем страницы, не ухудшая её полезное содержимое. Уменьшение объема каждой из множества страниц улучшает время отклика страницы, снижает нагрузку на канал и, таким образом, косвенно влияет на индексацию.
3. Использование CSS-стилей, размещённых на CDN, ещё незначительно снижает загрузку непосредственно вашего сервера, а использование стандартных CSS-фреймворков (например Yahoo UI Grids) практически гарантирует вам, что в кэше браузеров ваших пользователей уже есть необходимый файл стилей, а значит, они получат готовую и красивую страничку быстрее. Мелочь, а приятно.

Как использование JavaScirpt и AJAX может улучшить CEO-факторы?

Обычно сеошники не очень любят использовать JS+AJAX, поскольку не совсем ясно, как поисковые системы индексируют такой контент и как они следуют по ссылкам, сформированным JS. Но опять-таки, эти решения позволяют снизить нагрузки на сервер. Во-первых, предоставлением не всего контента сразу же, а по требованию. Во-вторых, это позволяет исключить индексацию не самых нужных для CEO элементов, но нужных для обеспечения удобства пользователей и для монетизации. В-третьих, это решение позволяет сделать ваш ресурс менее привлекательным для ссылочных спамеров, что также снизит нагрузку и уменьшит количество «плохих соседей» для поисковых систем. Давайте посмотрим подробнее.

Не всегда удаётся создать контент, целиком и полностью CEO-оптимизированный. И наличие излишней (с точки зрения CEO) «воды» в статье может «размыть» ключевую ценность. Выход из этого есть, и весьма простой. В статичном потоке (доступном поисковым ботам) предъявлять изначально только начальную часть статьи, наиболее отвечающую вашим чаяниям по привлечению целевых посетителей с поисковых систем. А для пользователей подгружать всю статью посредством AJAX либо по событию onLoad, либо по клику на кнопку Read full story.

В результате мы не мечем бисер перед свиньями. Т. е. затрачиваем ресурсы сервера только для действительно целевых пользователей, а случайным гостям и поисковым системам демонстрируем только важнейшую часть. Точно так же мы можем на лету, в зависимости от посетителя и его действий, сформировать показ рекламных блоков или какую-либо служебную информацию, являющуюся «шумовой» для поисковых систем.

Для блоггеров также важна проблема «шумового» контента. Увы, но приличное количество комментариев не очень соответствует нашему пониманию хорошо оптимизированной страницы. Конечно же, уникальный контент комментариев даёт и преимущества, но может потянуть страницу и на дно, размыв целевую конкретику документа. Нет, дополнительный трафик по низкочастотным запросам вы получите, но нужен ли такой трафик на вашем сайте? Далеко не всегда.

Кроме того, применение подгружаемого показа «по требованию» комментариев к статье (вместо безусловной выдачи их в основном документе) ещё и «портит малину» любителям получить ссылку с популярной статьи. Даже если комментарий прошёл спам-фильтр (поверьте, способов существует огромное множество - не спасёт ни SpamAssasin, ни капча, ни даже ручная модерация, если не знать, что и как проверять), то утечки ссылочного ранжирования и пенальти за «плохих» соседей опасаться приходится куда меньше, если комментарии подгружаются не по умолчанию, а по требованию и выдаются только через JavaScript. Когда я читал черновик этой статьи знакомым веб-мастерам, мне возразили: но ведь многие блоггеры комментируют друг друга только для получения ссылки! Вот поверьте моему опыту - гнать таких комментаторов со своего блога нужно поганой метлой. Они ничуть не лучше спамеров. Если человеку есть что сказать от души и по делу, он скажет это вне зависимости от получения ссылки. Если же кто-то пишет только ради ссылки, то и его контент будет вряд ли полезным для индексации. В конце концов, он получает видимую пользователем ссылку, и если комментарий действительно стоящий, то пользователь посетит ресурс комментатора и улучшит его ссылочное ранжирование напрямую.

Ну, и есть альтернативный вариант. Как вы знаете, существует практика публикации отзывов. Причём публикуются не все отзывы подряд, а только самые интересные и значимые. Именно так я и предлагаю реализовывать механизм отображения комментариев. В основном документе - показывать ваш контент и несколько проаппрувленных удачных комментариев. А желающим почитать всю ветку целиком - уже предоставлять право нажать на кнопочку «Read all comments», подгружающую всю беседу. Поверьте, даже для комментаторов, стремящихся получить прямую ссылку с вашей страницы, это будет отличным стимулом делать качественные комментарии. Выражаясь проще, комментатор с фразой «lol +1» вряд ли достоин крепкой ссылки с вашей страницы, а комментатор, высказывающийся по существу и «релевантно», получит должное вознаграждение. Мне кажется, это справедливо и разумно :)

Vazlav
Ботари Лимитед
www.bothari.ru

BeRush.com

Как распотрошить конкурента

«Один такой любопытный приходил ко мне.
Я съел его печень с гарниром из бобов и под хорошее кьянти!»
(К/ф «Молчание ягнят»)

Зачем нам знать всё о конкурентах?

Меньше знаешь – крепче спишь, для кого-то это справедливо, но если ты хочешь двигаться вперёд, если у тебя есть цель, то по пути к вершине периодически возникает желание узнать, насколько далеко от неё ты на данном этапе. Ориентиром могут стать те, кто идёт той же дорогой. Кроме того, в целях экономии денег и времени, которое тоже, по сути, деньги, лучше учиться на чужих ошибках, а не на своих. Исследование чужого опыта позволит не тратить силы понапрасну и приблизиться к намеченной цели чуточку быстрее.

Большое значение в процессе создания или развития любого проекта имеет исследование общей ситуации на рынке, технологий, применяемых конкурентами. Всегда проще выходить на рынок, когда кто-то уже набил себе шишек, уже создал определённую нишу. В некотором смысле тут тоже есть свои трудности, но на пустом рынке ты двигаешься в темноте, на ощупь, а когда есть конкуренты, они подобны уличным фонарям, освещающим твой путь.

На нашем пути нас интересует не только расстояние, которое нам предстоит преодолеть, или скорость, с которой мы двигаемся, или сколько денег мы заработаем по пути – величины абсолютные, но и насколько быстрее мы двигаемся относительно наших соперников, ведь любое соревнование рождает азарт, который является дополнительным стимулом двигаться вперёд.

Изучение конкурентов помогает нам не только догнать их, воспользовавшись их же оружием, но и опередить. Итак, кто предупреждён, тот вооружен. Конкуренты уже проделали определённую работу (мы же равняемся на тех, кто впереди, а не на тех, кто плетётся сзади) и только за одно это достойны нашего уважения. И всё-таки, при всём уважении к конкурентам, начнём!

LOOKING FOR
QUALITY TRAFFIC
IN INAPPROPRIATE PLACE?

BUY GOOD FEEDER AT

traffic shop

Рейтинги

«Догнать Савранского - это утопия!»
(К/ф «Покровские ворота»)

Alexa.com, Compete.com, QuantCast.com

Для начала можно выяснить, насколько Ваш конкурент крут. Уж если он гуру, то наверняка его ресурс находится в ТОП-10 000 рейтинга одного из перечисленных выше сервисов. Перед ним можно с чистой совестью снять шляпу, даже если он занимает позицию между 10 000 и 60 000, и его точно стоит воспринимать всерьез, если он числится в ТОП-100 000. На тех, кто ниже, не обращаем внимания. Стоит упомянуть, что в Alexa.com сайты рейтингуются как внутри национальных доменных зон, так и по географическим и тематическим признакам.

Разумеется, когда речь идёт о каких бы то ни было рейтингах, количественные характеристики сайтов сравниваются в относительных величинах. Те же сервисы покажут нам и абсолютные показатели конкурентов. Для этого достаточно вбить интересующий нас домен в строку поиска на главной странице Alexa.com или другого рейтинга.

Мы можем не только выяснить характеристики сайтов-конкурентов, но и сравнить их с показателями нашего собственного ресурса (Alexa.com) за различные временные промежутки. Чтобы получить эту информацию, введите интересующие вас домены в блок «Website Traffic Comparisons» на главной странице Alexa.com. На Compete.com этот сервис также доступен на главной странице. Как Compete.com, так и Alexa.com позволяют ранжировать сайты и выстраивать топы по различным параметрам, например, по уникальным посетителям или времени пребывания посетителя на сайте. Кроме непосредственно рейтингов, все 3 системы позволяют получить подробную информацию о том, какую именно аудиторию получает конкурент (география, соц. дем. и т. п.), и сравнить эти данные с показателями твоего собственного ресурса.

Домены, IP, контент

«Курю дурь, гоняю шары, последние 15 лет карьера не на взлете».
(К/ф «Большой Лебовски»)

DomainTools.com (бывший whois.sc)

Данный платный (15 $/месяц) сервис позволит тебе узнать следующую интересную информацию:

- Какие ещё сайты находятся на том же IP, что и интересующий тебя домен.
- Что ещё регистрировал пользователь, зарегистрировавший этот домен.
- Какие сайты находятся на тех же NS.

А также позволит отследить историю домена, а именно покажет изменения в записях whois-данных NS, если таковые имелись.

С помощью этого сервиса ты определишь, кто являлся владельцем домена в прошлом, кому он продавался или перепродавался, а также выявишь связи с другими проектами. Стоит заметить, что иногда результаты подобных исследований по-настоящему изумляют. Ну, и, конечно, в whois-данных домена ты можешь найти адреса, телефоны и другую контактную информацию владельца домена. Если ты вдруг захочешь послать ему новогоднюю открытку, с этим не будет проблем. Здесь же можно посмотреть whois для IP-адреса: узнать, кто является его владельцем, или хотя бы определить хостера, а у этих можно выведать многое, сам понимаешь, «человеческий фактор». У этого замечательного инструмента есть ещё много исключительно полезных функций, но их мы оставим для самостоятельного изучения. Держай!

MSN.IP

Данные по IP также можно получить совершенно бесплатно. Сервис MSN позволяет определить, какие еще домены расположены на том же IP. Просто вбей в строку поиска http://www.msn.com/ интересующий тебя IP и изучай результаты. К сожалению, они могут иметь некоторую долю погрешности в случае коллективного хостинга. Но вероятность получения верной информации высока.

Archive.org

Этот сервис, кроме всего прочего, позволяет в комплексе отследить содержание контента сайта во времени, контактные данные, которые были выложены в предыдущих версиях сайта, какие ссылки и куда стояли и тому подобное. Если ты, например, интересуешься стратегиями конкурента, то для тебя это просто бесценный источник информации. Приятно, что сервис бесплатный. Впрочем, если он тебе понравился, можно сделать пожертвование.

Ну вот, мы выяснили, как зовут нашего конкурента, где он живёт, над чем работает сейчас и что делал в прошлом и как во времени менялись его ресурсы. Другой бы человек на этом успокоился, но мы будем копать дальше, так как мы очень любопытные. Кстати, ты тоже, иначе ты не стал бы читать эту статью.

Коды рекламы и статистики

«Я нашел тебя по трупам обескровленных крыс!»
(К/ф «Интервью с вампиром»)

AdsSpy.com

Есть сервисы, которые фиксируют одинаковый код рекламных модулей и счётчиков статистики, один из них принадлежит авторам данной статьи. Разумеется, речь идёт о AdsSpy.com. Если на интересующем тебя домене установлены коды Google Analytics, Google Adsense, Yahoo Publish Network, Chitika или Amazon.com, то имеет смысл вбить его адрес в строку поиска на главной странице AdsSpy.com, и система покажет тебе, на каких ещё доменах установлены те же коды. Вот так легко и непринуждённо можно палить сетки сайтов одного и того же владельца. Если ко всему найденному выше применить технологии, описанные в предыдущем пункте, то, с высокой долей вероятности, можно будет утверждать, что о проектах конкурента ты знаешь всё. Анализируя контент сайтов, можно понять, засчет чего зарабатывает деньги владелец, какие схемы используются для конвертации трафика и т. п. И применить их в своей работе.

Осталось только указать, что сервис платный (4,95 USD за 1 отчёт, оптом дешевле).

Поисковики

- А давай спросим у медсестры?
- Ага. Не подскажите, где тут можно соли и лимончика взять, а то мне текилку нечем закусить?
(К/ф «Достучаться до небес»)

Google.com, Yahoo.com, Yandex.ru и т.п.

Всю контактную информацию конкурента (номера ICQ, телефонов, мыла, ники) имеет смысл пробить в поисковиках. Можно найти массу самой разной информации: от породы домашнего любимца конкурента до марки его автомобиля. Полезно будет также узнать, какие форумы он посещает, что пишет, с кем связан, какие инструменты использует в работе, а также уточнить сферу его профессиональных интересов.

Следующим логическим шагом будет поискать следы в различных сервисах вроде Google News, Яндекс.Новостях, Google и Яндекс.Блогах, на YouTube и т. п. Если твой конкурент является юридическим лицом и уж тем более брендом, ты без труда найдёшь упоминания о публичной деятельности компании и, разумеется, вычислишь его стратегии по связям с общественностью вообще и прессой в частности.

Ссылки

«Обойди его сзади, Махмуд!..»
(К/ф «Белое солнце пустыни»)

http://www.touchgraph.com/TGGoogleBrowser.html

Мы уже палили конкурентов по доменным именам, IP, кодам рекламы и счётчикам статистики, всё то же самое можно совершенно бесплатно сделать по ссылкам. Названный выше сервис производит исследование прямых и обратных ссылок и строит граф ссылок. Информацию представляет в удобном и понятном графическом виде. Технология работы с сервисом так же проста, как и в предыдущих случаях: вбивай домен в строку поиска и наслаждайся результатами.

http://www.linkdiagnosis.com/

Ту же информацию, но в другом, возможно более привычном для тебя виде, можно получить на Linkdiagnosis. Данные этот ресурс берёт из Yahoo! Site Explorer и на твой запрос выдаёт подробный отчёт по обратным ссылкам.

Деньги и стратегии

«Если я действительно так много стою, то можно мне получить хоть немного наличными?»
(М/ф «Малыш и Карлсон»)

SEMRush.com, SpyFu.com, Keywordspy.com

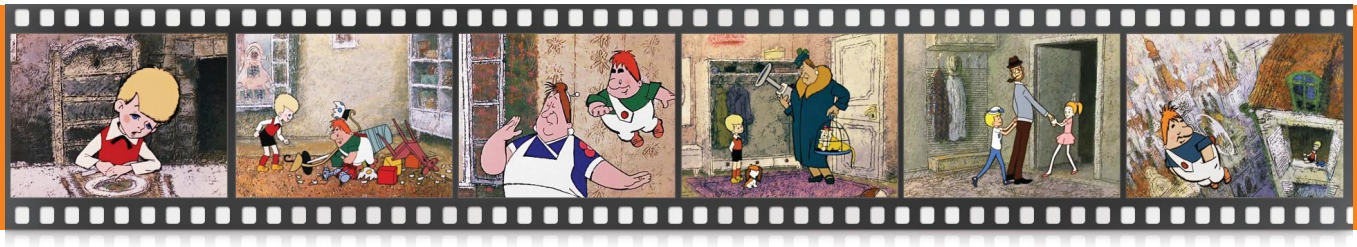
Все 3 перечисленные сервиса позволяют выявлять стратегии продвижения конкурентов в поисковых системах посредством как поисковой оптимизации, так и контекстной рекламы. У всех систем есть бесплатные аккаунты, но с недостаточными для серьёзного исследования лимитами. Функционал сервисов имеет смысл рассмотреть подробнее.

Начнём с самого крупного, с Keywordspy.com. У этого сервиса самый обширный набор геолокализаций: США, Британия, Канада, Австралия, Австрия, Бразилия, Швейцария, Германия, Испания, Франция, Греция, Ирландия, Индия, Италия, Мексика, Сингапур и Южная Африка. Размер базы ключевых слов, по которым производится поиск, официально на сайте нигде не указан, но предположительно составляет порядка 60 миллионов кейвордов. Поиск производится как по доменам, так и по ключевым словам. Цена вопроса от 90 долларов в месяц. За эти деньги можно получить списки конкурентов интересующего тебя домена в органической и AdWords выдачах, ключевых слов, по которым они продвигаются в поисковиках и партнёрках, тексты их объявлений в AdWords, а также сезонные тренды. Данные основаны на статистике Google, трекинг доступен и по MSN.

Важно помнить, что конкуренты твоего конкурента, когда речь идёт о борьбе в поисковиках, вовсе не являются твоими друзьями. Используя сервисы, о которых идёт речь в данном пункте нашей статьи, ты сможешь выявить всех, кого тебе необходимо оставить далеко позади на пути к вершине. Буквально определить, кто из твоих конкурентов (ну, и, конечно, ты сам) чего стоит, тебе поможет наш следующий сервис.

SEMRush.com

Когда я пишу «наш», то подразумеваю, что авторы статьи гордятся тем, что имеют к нему самое непосредственное отношение. Ты тоже его полюбишь! Это молодой сервис, который появился на свет в самом конце 2008 года, и поэтому на данный момент доступны всего 3 локализации: американская (более 30 млн ключевых слов для 12 млн доменов), немецкая (15 млн ключевых слов для более 4 млн доменов) и русская (10 млн ключевых слов для 6 млн доменов) — соответственно, на доменах www.semrush.com, semrush.de и semrush.ru. Кроме перечисленных, для Keywordspy и ставших уже классическими для подобного рода сервисов отчётов, позволяющих тебе вычислить ключевые слова, по которым твои конкуренты продвигаются в органической и AdWords выдаче, а также получить полный перечень твоих успешных соперников, что, безусловно, позволит тебе их догнать. SEMRush так же предоставит тебе инструменты для того чтобы обогнать их, например, отчёт по тематически близким для твоего кейворда ключевым словам. Есть возможность ознакомиться с текстами объявлений, которые конкуренты используют в AdWords кампаниях. Ты также сможешь получить перечень ключевых слов, по которым твой конкурент продви-



гает тот или иной URL, что поможет тебе вычислить его стратегии. Кроме привычных уже данных по CPC ты можешь получить информацию по стоимости трафика, получаемого тобой или конкурентами из поисковой системы Google, и сравнить, кто из вас успешнее управляет поисковым трафиком. Мы надеемся, что это ты! Но даже если это пока не так, мы рады предоставить тебе инструмент, который поможет тебе на твоём пути к вершине. Как и Keywordspy, SEMRush является платным, тарифы начинаются от 20 долларов в месяц.

SpyFu.com по ТТХ, безусловно, уступает предыдущим двум сервисам, но справедливости ради о нём необходимо упомянуть. Он располагает американской и британской базами, по официальной информации с сайта, они составляют 2 190 593 ключевых слов для 9 591 801 доменов и предоставляет все классические отчёты по органической и AdWords выдаче. Особого внимания заслуживает инструмент SpyFu Kombat, который позволяет сравнивать 2 – 3 конкурентов одновременно и видеть общие для них списки ключевых слов. Сервис, как водится, платный, расценки начинаются от 50 долларов в месяц.

Ну, всё, теперь ты о своём конкуренте знаешь практически всё, осталось только вычислить его профессиональные связи и понять, нет ли у вас общих знакомых, у которых можно вызнать какой-нибудь инсайд, а также попытаться уличить соперника в неблаговидных поступках. Если у него рыльце в пушку, тебе это только на руку, опять же, самооценка поднимется - всегда приятно осознать собственное моральное превосходство.

Друзья и коллеги

«Это Вам не Париж, не Вена, не Лондон - это Россия! Я могу разорвать этого гардемарина, но он ни черта не скажет!» (К/ф «Гардемарины, вперед!»)

Linkidin.com

Раз уж ты зашел так далеко в своих поисках, не грех тебе будет поискать упоминания в сообществах, где люди вступают в споры, всплывают детали их частной жизни, открываются профессиональные и личные связи и т. п. Познакомься с замечательным, на наш взгляд, сервисом, который позволит тебе получить массу примечательной информации об интересующей тебя персоне посредством социальной инженерии. Linkidin.com совершенно бесплатно позволит тебе построить граф друзей твоего конкурента, облаков тэгов его интересов, а также проследить пересечения этих множеств, т. е. понять, кто с кем и почему. Всё! Читай жизнь конкурента, как открытую книгу: его коллеги по работе и партнёры в твоих руках! Если ты зарегистрируешься, то получишь возможность написать любому из них, а дальше всё зависит от твоей коммуникабельности и изобретательности.

Чёрные листы

«Ну почему он жулик? Человек умеет жить!» (К/ф «Берегись автомобиля!»)

spamhous, antifuntic и т. д.

Если уж конкурент так крут, что ты уже начал выбиваться из сил в погоне за ним, остаётся применить секретное оружие. В сборе компромата тебе помогут ресурсы, на которых фиксируется некорректная деятельность, истории с участием различных персон в махинациях и тёмных делишках. Что делать с этой информацией, тебе виднее, как говорится, Бог тебе судья. Да, кстати, не забудь проверить себя! Ну, так… Мало ли что…

Естественно, использование любого отдельного метода не прояснит картину полностью. Но синергия может принести поистине ошеломительный результат. Знание — сила!

Как ты видишь, самые качественные сервисы оказались платными, но в конкурентной борьбе все средства хороши, главное, чтобы эти средства были в наличии. Вот чего бы мы хотели пожелать тебе в конце нашей статьи: пусть у тебя всегда будут средства на зарабатывание новых средств. Деньги к деньгам и всё такое.

IntMark
SEOQuake Team

Review

Онлайн-сервисы, финансовые сервисы, услуги и партнерские программы. Инструкции и руководства

В этом разделе мы расскажем Вам о том, что нового на рынке программ, какие новые сервисы могут быть достойны Вашего внимания, на какие партнерские программы стоит обратить свой взор. Раздел Review – это, в первую очередь, новостная лента и путеводитель по миру новинок Интернета.

Но мы не станем ограничивать раздел только обзором новинок – на этих страницах появятся и давно всем известные продукты, требующие дополнительного освещения. Профессиональные хитрости, мало известные приемы, подробные FAQ и руководства – вот неполный перечень того, что Вы сможете увидеть в данном разделе.

Хотите поделиться с коллегами секретами мастерства или приемами, достойными упоминания? Хотите заявить о себе как о высококлассном профессионале? Пишите нам - Ваши коллеги по достоинству оценят Ваши советы и, как знать, может быть, именно с помощью этого раздела Вы привлечете новых клиентов или новых партнеров.

SEGPAY

- Надежные выплаты с использованием самых новых программных средств и технологий.
- Вы можете узнать больше о нашей полнофункциональной процессинговой системе и о том, как мы можем Вам помочь безопасно развивать Ваш бизнес.
- Ваши средства всегда в банке! SegPay является единственным провайдером сервисов оплаты через интернет (IPSP), который гарантирует, что Ваши деньги находятся в банке и выплачиваются Вам банком.

Полная интеграция ведущих партнерских ПО провайдеров индустрии. SegPay зарегистрирован в партнерских программах MPA3, NATS и CCBill.

Присоединяйтесь к растущему числу веб-мастеров, выбравших SegPay IPSP!

SegPay.com

CommerceGate.com

ГАРАНТИРОВАННЫЕ И НАДЕЖНЫЕ БИЛЛИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ

- CommerceGate предоставляет полный комплекс биллинговых онлайн решений, который поможет Вам продавать Ваши услуги быстро и надежно.

Мы предлагаем:

- Первоклассную поддержку
- Защиту Вашего бизнеса
- Рост Ваших доходов
- Своевременные выплаты

CommerceGate.com

DDoS–угрозы и обеспечение стабильности работы ресурсов

Это явление возникло почти одновременно с возникновением Интернета и развивалось так же стремительно и фундаментально, как и сама Всемирная паутина.

Исследовательская компания Arbor Networks опубликовала отчет за 2008 год, согласно которому за последний год количество DDoS-атак, совершаемых на различные сайты в сети, выросло почти в два раза, при этом выросла не только частота атак, но и увеличилась их мощность и продолжительность. В отчете говорится, что в 2008 году были зафиксированы DDoS-атаки, объем которых доходил до 42 Гбит/сек.

DDoS-атака - сокращение от Distributed Denial Of Service Attack (распределенная атака на сервис). Особенность данного вида компьютерного явления в том, что инициаторы не ставят своей целью проникновение в компьютерную систему с целью кражи или уничтожения информации. Цель данной атаки – вызвать отказ в обслуживании атакуемого веб-узла. Первый случай DDoS-нападения был зафиксирован в 1996 году. Сейчас практически любой участник онлайн-торговли, будь то собственник-менеджер, администратор или технический специалист, сталкивался или знает близко кого-то, кто подвергся DDoS-атаке. Массовый характер, примитивные и в то же время весьма эффективные методы атак позволяют удалить из доступа на долгое время огромное количество серверов. Множество, возможно и успешных проектов, погибли под DDoS. Главным источником проблем является конечная пропускная способность каналов связи, а также невозможность многих аппаратных и программных средств обрабатывать огромное количество информации. Тем, кто хочет зарабатывать на жизнь во Всемирной паутине, необходимо знать, какой опасности он может подвергнуться, чего ожидать и какими методами он может бороться и защитить себя и свой проект.

Довольно трудно установить, кто именно может оказаться следующей жертвой крупной DDoS-атаки.

Один из главных способов защиты — это предотвращение. Нужно попытаться не создавать причин, побуждающих тех или иных лиц организовывать DDoS-атаки. Очень часто причиной атаки являются следствия личной обиды, нанесенной на блогах или форумах.

Некоторые ресурсы могут подвергнуться атаке по политическим причинам. Это касается, в первую очередь, интернет-изданий новостного типа и официальных ресурсов правительственных организаций. Кибер-войны на сегодняшний день — это реальность. Все помнят недоступные правительственные сайты Грузии.

Следует отметить, что долгосрочные и объемные атаки под силу группе очень хороших специалистов. Детки - «скриптолюбители-одиночки» уже очень редки. Раньше группы создавались по идейным соображениям, из единомышленников. На данный момент эти сообщества все больше заинтересованы в финансовой стороне вопроса и все меньше идеей. Растет количество людей, которые пытаются получить за свои знания не моральное, а материальное вознаграждение.

На сегодняшний день очень распространена технология борьбы с конкурентами методами распределенной DDoS-атаки, когда посредством огромного количества зараженных компьютеров создается избыточная активность запросов к интернет-ресурсу. По данным исследовательских организаций, количество объединенных в ботнет (сеть зараженных машин, имеющих централизованное управление) компьютеров может составлять несколько миллионов. Кибер-вымогательство с последующей DDoS-атакой– один из видов заработка в Интернете.

Ряд экспертов согласны в том, что первое, что необходимо учитывать при попытке защитить себя от возможных DDoS-атак, является выбор хостинг-провайдера. И это не только вопрос о качестве или наземной магистральной близости, но и вопрос координации при возникновении проблем. Целью злоумышленников является поражение всех сегментов сети провайдера, от серверов до маршрутизирующего и коммутационного оборудования, их обслуживающего. Поэтому модель проектирования сети должна

включать в себя элементы защиты сети в целом, а также обеспечение работоспособности сегментов, подверженных атаке.

Рассмотрим организацию процесса успешной защиты от DDoS-атак в одной из компаний, специализирующихся на оказании услуг хостинга и защиты от распределенных DDoS-атак. Это чешский хостинг-провайдер UPL TELECOM (http://www.upl.cz) .

Десятилетний опыт на рынке хостинга ресурсов для взрослых и работы в высоких нагрузках, наличие постоянных DDoS-рисков клиентов позволило заложить прочную команду высококвалифицированных и опытных специалистов. Перед запуском продукта по защите от DDoS-атак была надлежащим образом подготовлена структура сети. Наличие собственного оборудования в ключевых точках обмена трафика и дублирующих международных оптоволоконных линий связи существенно разгрузили работу центрального узла.

Подход к проблеме защиты от DDoS-атак в компании UPL TELECOM был разделен на 2 группы:

- создание программных средств и специальных баз знаний, необходимых для идентификации атаки и создания групп блэк-листов;
- автоматизация управления аппаратными средствами сети.

Мониторинг процесса проводится в различных ключевых элементах этой системы.

1. СЕРВЕР КЛИЕНТА.

Начиная с запроса на установление соединения, анализатором на местном уровне обрабатывается его статус и аномалии. Далее вся информация, централизованно, вместе с данными других серверов поступает в систему анализа признаков. Также анализируется прогрессия и множество других факторов, указывающих на признаки совершения атак, ее географию и т. п. Собранная информация используется в работе группы и аналитического программного обеспечения.

2. МАРШРУТИЗАТОРЫ.

На основе анализа данные о ботнете и иных видах активности передаются серверу контроля магистральных маршрутизаторов, которые блокируют нежелательный трафик на уровне IX-ов, не пропуская дальше вредоносные пакеты. Эта схема позволила разгрузить главные узлы от обработки нежелательной нагрузки и облегчила задачи анализа потоков данных.

Отвечая на вопросы, главный инженер компании UPL TELECOM отметил, что поставленная перед ним задача требовала от него нестандартного подхода и, помимо анализа данных, ему приходилось прогнозировать возможные проблемы при построении системы защиты. Он также признал, что развитие этого инновационного продукта является довольно сложной задачей, потому что из-за практического подхода она остается конкурентоспособной по цене предложения.

Также было сказано, что альтернативное использование отдельных элементов аппаратной архитектуры, в комплексе с профилактическими мерами по защите от DDoS на уровне магистральных вводов, несет за собой огромный рост расходов. Такое решение не может быть внедрено в малых и средних компаниях, что делает их уязвимыми.

UPL TELECOM использовали новые аппаратные технологии в дополнение к обширной собственной инфраструктуре, способной дать быструю антиDDoS-реакцию с минимальными финансовыми затратами.

Возглавляя большую группу, UPL TELECOM также создал платформу для DDoS-анализа данных. Организован обмен информацией по анализу структуры, разновидности атак и методам их предотвращения путем создания активных списков блэк-листов.

За более детальным анализом в построении защиты можете обращаться напрямую к экспертам компании UPL TELECOM, используя контактную информацию на их веб-сайте по адресу:

http://www.upl.cz

Max Zuhmann (DMA IP Limited, London UK)

«ГлавМед» и веб-мастера

О партнерской программе «ГлавМед» знают многие веб-мастера. Название на слуху, баннеры мелькают на многих сайтах. Однако душа и «кровь» любой партнерки - это её веб-мастера, и было бы несправедливо обойти их своим вниманием. Мы подготовили небольшую анкету, мини-интервью, и попросили топовых адвертов ответить на её вопросы. Встречайте :) С вами сегодня говорят наши топ-мастера.

Привет. Представься, пожалуйста. Имя, сколько лет и, если можно, страна проживания. Приветствуется любая дополнительная информация, которую ты сочтешь нужным нам сообщить.

> **1)** - Анатолий, 24 года. :-)
> **2)** - Э-э-э, хотел бы анонимом остаться. Вообще, у нас компания, а не один человек.
> **3)** - Женя, 27 лет.
> **4)** - Привет. Я Денис. Мне 27 лет :)
> **5)** - Привет. Я Давид. Мне 26. Имею два образования: инженер-строитель и юрист. Профессия непосредственно связана с образованием, поэтому Интернетом занимаюсь не в основное свое время.
> **6)** - Дмитрий. 29 лет. Люблю периодически перемещаться в пространстве, благо работа позволяет.
> **7)** - Привет. Владимир, 25 лет.

Почему работаешь с фармой? Ведь эта отрасль пугает многих, т. к. в ней достаточно высокая конкуренция среди веб-мастеров.

> **1)** - Мне интересен сам процесс конверта трафика в этой тематике. Соотношение временных затрат и доходов меня тоже радует.
> **2)** - Потому что здесь много денег. А трудности нас не пугают.
> **3)** - Где конкуренция, там и деньги.
> **4)** - Так сложилось. Раньше (да и сейчас немного) занимался адалтом. Фармой начал заниматься около 2-х лет назад. Начал работать с «ГлавМедом», тут же был приятно удивлен «выхлопом» с фарма-трафика. И постепенно адалт у меня переместился на 2-е место. Когда начал заниматься фармой, конкуренция была, конечно, меньше и цены на препараты выше (и комиссия, соответственно). Но и сейчас фарма и «ГлавМед» продолжают меня радовать отличными результатами.
> **5)** - Ну, тут есть и благородная миссия - дарить людям добро и здоровье, радость и кайф:), а если серьезно, мне кажется, в каждой теме можно развернуться, найти свою нишу. Так получилось, что ее я нашел в фарме. Со временем я нашел в ней свои плюсы и минусы, приноровился ко многим особенностям данной темы, узнал некоторые секреты. Меня это устраивает.
> **6)** - Работаю с фармой по одной простой и очень банальной причине - в сложившихся условиях эта отрасль приносит очень хорошие прибыли. Не буду углубляться в детализацию «сложившихся условий», т. к. этой информации в избытке на форумах. Первые попытки заработка в Интернете у меня начались в 1996 году. В 1997-м они стали приносить первые плоды. С тех пор пришлось повидать и попробовать очень много разноплановых отраслей. И сейчас я тоже не ограничиваюсь только фармой. Так вот моё резюме: на сегодня эта отрасль является уникальной с точки зрения относительных показателей доходности трафика. Безусловно, есть отрасли с аналогичной и даже лучшей средней доходностью с 1 уника, но при этом количество трафика в них на порядок меньше. Но есть и серьёзный минус. Очевидно, что «сложившиеся условия» не могут длиться долго и сил желающих эти «условия» изменить уже предостаточно. Так что куйте пока горячо...
> **7)** - С фармой, а именно с «ГлавМедом», я познакомился совершенно случайно. Когда я увидел первые цифры в статистике, сначала не поверил, подумал, что это ошибка! Хотя у меня уже было достаточно много опыта работы с разными нишами. С тех пор фарма - это основное и самое интересное направление для моей работы. А что касается конкуренции, для меня она не особо сильная. Тем более что технологии не стоят на месте и иногда ее можно обойти! :)

Говорят, «все секреты поисковых систем, а также своих конку-

рентов можно увидеть в выдаче». Согласен с этим? Используешь ли выдачу как шпаргалку для поиска путей дальнейшего развития?

> **1)** - Это не мой случай :-)
> **2)** - Да, только ее и используем как шпаргалку. Знание основ SEO, конечно, надо, но остальное надо смотреть по конкурентам.
> **3)** - Разумеется.
> **4)** - Да, конечно. 80 % приемов добычи SEO-трафика видно из выдачи.
> **5)** - Выдача говорит о результате работы веб-мастера, но не раскрывает механизм, принципы, секреты его работы. А дальше уже все зависит от тебя самого, твоей команды, идеи, в общем, - светлой головы :). И отчасти - везения.
> **6)** ————————
> **7)** - Совершенно верно, но, к сожалению, так получается, что так делаю не я, а некоторые другие веб-мастера! :)

Что чувствуешь, когда видишь конкурента выше в топе выдачи и наоборот - какие чувства, когда удается обогнать всех?

> **1)** - Я всегда и всем желаю удачи :) Обычно искренне :)))
> **2)** - На позиции конкретных конкурентов я не смотрю. Поэтому чувств, когда кто-то кого-то обгоняет, не испытываю.
> **3)** - Сегодня он выше, завтра я. Ничто не вечно под луной.
> **4)** - Когда вижу конкурентов в выдаче выше меня - хочется больше работать :) Когда обгоняю - удовлетворение.
> **5)** - Конкурент в топе, при условии, что ты сам там бываешь, - признак твоей усталости, неопределенности; никогда в этой теме нельзя останавливаться, быть вторым или за кем-то - позиции рухнут моментально. Необходимо всегда стремиться быть лидером.
> **6)** ————————
> **7)** - Здесь у меня неприятные чувства только в том случае, если конкурент пользуется моими идеями - или меня нет в выдаче вообще.

Согласен ли с утверждением, что нефармовый трафик на фарме не конвертится? Или бывали случаи, когда конвертился совершенно нетаргетизированный трафик?

> **1)** - Ставил эксперименты с нефармовым трафиком. Продажи были, но в целом сейчас решил от этого отказаться. Как ни странно, лучше всего на фарме конвертится фарма-трафик :)))
> **2)** - Точно не знаю - не работал с таким трафиком. А с утверждением, в принципе, согласен.
> **3)** - Не пробовал - не знаю. Допускаю, что он может конвертиться, но, скорее всего, с мизерной рентабельностью.
> **4)** - У меня нет большого опыта с конвертацией такого трафика. Конечно, продажи будут, если этого трафика очень много, но я думаю, его можно сконвертировать более эффективно.
> **5)** - Работаю непосредственно с фармовым трафом, уверенно ответить на поставленный вопрос не могу.
> **6)** ————————
> **7)** - Тут я не могу ничего сказать, так как просто не пробовал слать нетаргетизированный трафик.

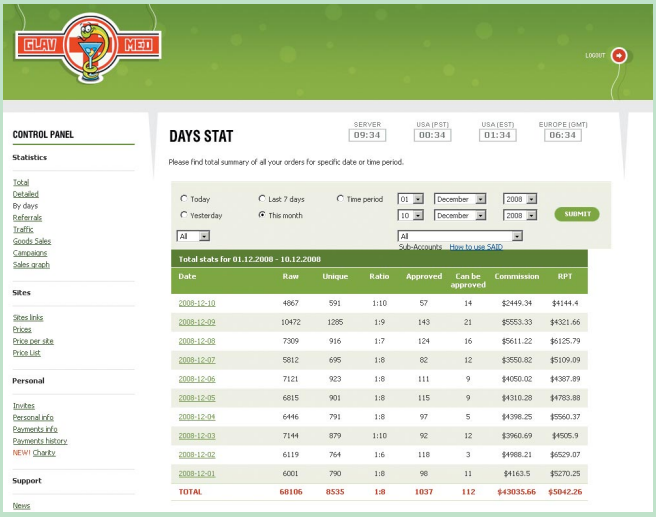
К вопросу о сетевой безопасности. Используешь ли для работы несколько компьютеров: например, для серфинга один, а для финансовых операций - отдельный ноут?

> **1)** - Это слишком интимный вопрос. ;)
> **2)** - Не совсем так ... но с тем, что это делать надо, - согласен полностью.
> **3)** - Нет.
> **4)** - Для финансовых операций сделал виртуальную машину (Virtual PC).
> **5)** - Тема очень важная и серьезная. Несколько компьютеров не использую. Использую свои схемы, как пользования Интернетом, так и получения денежных средств.
> **6)** ————————-
> **7)** - Нет, поскольку нет каких-либо опасений на этот счет. Скорее беспокойство о сетевой безопасности касается оффлайна. Такая у меня страна проживания.

Что в первую очередь хочется купить адверту, который много заработал? Копил ли выплаты на какую-то большую покупку? Что это было - недвижимость, дорогое авто или еще что-то?

> **1)** - Я пока все вкладываю в мой оффлайн-бизнес и в ближайшее время планирую продолжать в том же духе :)
> **2)** - Это зависит от адверта. Я никогда ни на что не копил. Я живу по средствам. То есть если есть средства и мне нужна машина определенная - я ее покупаю. Если нет (скажем, на 5-комнатную квартиру в центре столицы) - я не буду на нее копить, смысл? Бизнес сильно не стабилен, и рассчитывать на какие-то стабильные прибыли нельзя. Тогда как можно копить?
> **3)** - Хочется обеспечить стабильность этих больших заработков. Шальные и быстрые деньги как приходят, так и уходят.
> **4)** - Гм... даже не знаю, что сказать. На покупки специально не копил. У меня все есть :) Да и материальные блага как-то отошли на 2-й план :) Большая радость была, когда покупал первую машину, а когда менял на 2-ю и 3-ю, уже не так :)
> **5)** - Прикупил «боинг», сейчас ищу, где можно сдать на права.... :) Нет, наверное, как у всех - квартира, обычная машина, бизнес.
> **6)** - Тут я, наверно, совершенно неоригинален. Вы сами уже ответили на свой вопрос. Яхт и вертолётов пока не покупал...

> **7)** - Честно говоря, у меня редко бывают большие заработки сразу. Как правило, деньги зарабатываются постепенно, ежедневными продажами. Поэтому сразу бегать мне не приходилось. Мои любимые траты – это путешествия. Особенно радует, что благодаря «ГлавМеду» во время отпуска можно заработать в десять раз больше, чем стоит само путешествие. А что касается накоплений, то, конечно же, они происходят постоянно. Основные траты – недвижимость.



Как относишься к реферальной системе? Есть ли у тебя рефералы, которых ты подтягиваешь и обучаешь? Или считаешь, что это время полезнее и прибыльнее тратить на свою работу со своими проектами?

> **1)** - У меня вроде бы есть пара более-менее активных рефералов, но это просто мои друзья/приятели, которые просили инвайты. Кое-кому помогал начинать, но опять же, не столько из-за реферальских, сколько по дружбе. В общем, рефоводство - это не мое :)
> **2)** - Никак, мы не занимаемся работой с рефами по фарме - это куча геморроя, обучение новичков, и потом примерно 0 прибыли от них.
> **3)** - Реферы есть, только никто их не обучал и не подтягивал - сами всему научились и теперь стали конкурентами.
> **4)** - Рефералами особенно похвастаться не могу, предпочитаю сам работать.
> **5)** - Рефералов нет, не в моих принципах делиться секретами, навыками... Возможно, это и плохо, но в каких-то вопросах спокойнее.
> **6)** - Всегда рад помочь хорошим и интересным людям, желающим заработать своим умом. Делаю это в 99 % случаев безвозмездно. Так что рефоводством почти не занимаюсь. Рабочее время всегда стараюсь тратить на креатив в части новых онлайн-бизнесов, схем добычи трафика и т. п. Понятно, что часть дня всегда приходится тратить на поддержание существующего хозяйства, но если ты за день не придумал ничего нового, то ты уже проиграл. В этом плане советую читать поменьше «желтой прессы», т. е. вебмастерских форумов. Они хороши для поиска ответов на конкретные вопросы. Но фантазию у начинающего вебмастера убивают напрочь. Прошу камнями не закидывать... :)
> **7)** - Я никогда не занимался этим, но как-нибудь обязательно попробую. Наверное, это интересно!

Видишь ли перспективу в крупных белых проектах фармовой тематики? Например, хорошую, добротную медицинскую социалку создать или медицинский поисковик. Или оно того не стоит и проще работать, пока черная оптимизация (или покупной трафик) приносит свои плоды?

> **1)** – Перспективы, я считаю, очень хорошие у белых проектов. Но лично у меня, к сожалению, нет на это времени.
> **2)** - Вижу, но сами мы этим заниматься не будем - огромные вложения средств и денег + чтобы получить отдачу, надо сразу все продумать грамотно (что сложно) + раскрутка под вопросом. Короче, большие вложения + огромные риски. Итог, конечно, если все прокатит, будет офигенный, но я предпочитаю работать с маленькими вложениями + номинальными рисками.
> **3)** – Конечно, вижу. Единственное - такие проекты потребуют очень серьезных

инвестиций, которые я бы вложил в другие, более стабильные отрасли.

> **4)** - Перспектива у таких проектов, конечно, есть, но это дорого и долго. Мне сейчас проще добывать трафик другими способами.

> **5)** - Считаю, в белых проектах и схемах гораздо больше возможностей поиска трафа, а если еще к этому добавить чуть-чуть принципов темной оптимизации, то можно добиться очень больших результатов. К сожалению, из-за нехватки времени не могу этим заняться.

> **6)** - Много об этом споров, разговоров…И у меня, конечно, тоже были такие идеи. Но всё-таки моё мнение, что фарма - это не лучшая область для долгосрочного белого проекта. Нет никаких гарантий, что к моменту его расцвета фарма-трафик можно будет монетизировать так же успешно, как сейчас. А последние наезды на фарма-домены со стороны регистраторов уж точно не добавляют желания строить и развивать что-то на одном домене всерьёз и надолго.

> **7)** - Конечно, это перспективно. В будущем обязательно займусь.

В какое время дня и по сколько часов работаешь в он-лайне? Остается ли время просто посерфить в Инете, почитать баш или анекдоты? Ну, или хотя бы новости, политику посмаковать?

> **1)** - Именно работаю в он-лайне последнее время 1,5-2 часа в день в среднем, не больше. Перед сном почти всегда пару часов брожу по Инету, расслабляюсь таким образом.

> **2)** - Остается, работаю примерно 5-7 часов в день.

> **3)** - Обычно днем. 5-6 часов.

> **4)** - Стараюсь всегда работать днем, но не всегда это удается, и график часто сбивается на ночь. А вообще, конечно же, лучше работать в офисе и днем, чем ночью дома, продуктивность резко возрастает. Проверено :) 50 % времени читаю форумы, новости и всякую ерунду :) за что и злюсь на себя.

5) - Как говорил выше, имею основную работу, Интернетом занимаюсь в свободное от нее время. Не зря же я учился в институте все-таки :)

> **6)** - С самого начала привык работать много - часов по 12 в день. Но мне действительно очень нравится то, чем я занимаюсь. Так что «хожу на работу» с удовольствием. :) Семья, конечно, не всегда в восторге от такого графика, но в целом всё в порядке. К анекдотам-шуткам-прибауткам отношусь очень спокойно… Вообще, стараюсь отдых и свободное время проводить не в Сети.

> **7)** - Обычно это утро и вечер, примерно четыре часа в день. На все остальное времени не хватает, да и глаза лучше беречь.

Что необходимо иметь новичку, решившемуся заняться фармой (софт или какие-то черты характера)?

> **1)** – Конечно, черты характера. Софт, другие инструменты, опыт - это все наживное, было бы желание и упорство.

> **2)** - Знать SEO на очень высоком уровне и умение находить новые красивые решения в избитой сфере. А вообще, среднестатистическому новичку в фарме делать нечего.

> **3)** - Сообразительность, настойчивость и веру в себя - это актуально для любой новой деятельности :)

> **4)** - Желание работать, аналитический склад ума. Софт и остальные инструменты — это наживное. Главное — понять, как это все работает.

> **5)** - Прежде всего черты: терпение, упорство, ум. Иметь харизму по жизни, творчество в душе.

> **6)** - Софт, я думаю, точно ничем не поможет, только если новичок не сам его изобрёл и сделал. А что точно поможет, так это самостоятельность, нестандартное мышление и упрямство. Не верь общественному мнению! Оно постоянно и нагло врёт. И зачастую формируется малокомпетентными лодырями, которым ничего больше не остаётся, как становиться «авторитетами» на форумах. Ну, и очень ещё советую учить иностранные языки. Вот это точно - однозначный жирный плюс.

> **7)** - Скорее всего, нужно просто быть веб-мастером. Необходимо желание заниматься этим. Заниматься не из-за денег, а просто потому, что это интересно. А софт — дело наживное.

Несколько слов-пожеланий коллегам по бизнесу?

> **1)** - Желаю всем пережить глобальный мировой финансовый кризис с максимальной пользой для собственных бизнесов и минимальными потерями :-)

> **2)** - Желаю вам найти свою нишу (будь то добыча трафа или слив, или новые идеи) и заработать побольше профита с меньшими усилиями.

> **3)** - Поменьше деклайнов, рефандов и чаржбеков.

> **4)** - Чтобы все были в десятке ;)

> **5)** - Коллеги. Пусть каждый день несет новые приятные события и впечатления. Здоровья.

> **6**) - Желаю всем, чтобы Pfizer продлил свой патент на «Виагру» до 2020 года! :) А если серьёзно, желаю вам и вашим близким крепкого здоровья и хорошего настроения. Остальное у «коллег по бизнесу» точно рано или поздно приложится :) Не буду никого перечислять, чтобы не забыть и не обидеть. Ну, и конечно, мои благодарности за отличную работу всем ребятам из «ГлавМеда»! Вам, кроме «Так держать!», точно ничего больше пожелать не могу.

> **7)** - Желаю всем новых интересных открытий в жизни и в бизнесе!

Мы присоединяемся к этим пожеланиям и искренне благодарим собеседников за ответы, а всех веб-мастеров, что работают с нами, – за сотрудничество. В 2009-м году Быка мы хотим пожелать, чтобы вы шли по жизни так же стремительно и ураганно, как и главные участники корриды. Главное - не быковать чересчур и не дать себя зажарить :)

Ваш GlavMed…

IT-технологии

Перед вами раздел, посвященный IT-технологиям и их применению в нашей повседневной работе с компьютером и Сетью. Ни одна область онлайн-бизнеса невозможна без технического и программного оснащения компьютера. Он – наш основной инструмент, правая рука и неоценимый помощник в манимейкинге. Поэтому статьи в этом разделе будут касаться как различных «железных» девайсов, так и разнообразного программного обеспечения в контексте его применения в бизнесе.

На этом этапе вас поджидает очередное изменение в журнале. У нас сменился ведущий раздела. С этого номера журнала постоянным ведущим выступает Dimonka.

Если вы когда-нибудь имели хоть какое-то отношение к такому аспекту манимейкинга, как ТГП-постинг, то вам, без сомнения, хорошо известен этот человек и его проект - Mighty Submitter. Этот удобнейший инструмент принес в свое время нашему собрату немалый доход и сэкономил кучу драгоценного времени.

Надеемся, что ведение этого раздела Dimonk'ой превратит этот раздел журнала в не менее удобный инструмент вашего бизнеса.

BUCKSFACTORY

YOUR CASH MACHINE

PARTNERSHIP PROGRAM № 1 IN A GAY NICHE!

THE BEST SOLUTION FOR THE GAY TRAFFIC!

Our scheme is 50/50, i.e. we pay you 50% of all sales and rebills!
Promo Tools: FHG, FFHG, Mixed FHG, Embedded Video, Free content, Banners, Free Hosting, RSS, Portals.
Don't miss your chance to earn monstrous amounts of money!
Sign up to start working with bucksfactory.com right now!

NICHES:
Twinks, Uniforms, Medical Fetish, Spanking, Bi, Massive ejaculation, Mature and twinks.

http://bucksfactory.com/

$20 registration bonus

Привет вам, многоуважаемые АВМы, труженики онлайн-бизнеса и просто интересующиеся! Меня зовут Dimonka, хотя в жизни я более известен под ником Дима, Димон, Димончик или даже Дмитрий Алексеевич :)

Если вы когда-то слышали про наиболее известный из моих проектов - Mighty Submitter, то, возможно, мы с вами уже знакомы. По роду своей профессиональной деятельности я занимаюсь разработкой проектов в области электронной коммерции с использованием Java (J2EE), PHP и ещё целой кучи разных современных технологий.

Начиная с этого номера и, надеюсь, на многие годы вперёд, я буду возглавлять IT-отдел данного замечательного издания, один из номеров которого вы сейчас держите в руках. Так вышло, что этот выпуск у нас практически целиком посвящён вопросам программирования: первая глава моего пособия — для начинающих по PHP и повествование о новой, но очень перспективной технологии Ruby on Rails. Не подумайте плохого — мы не собираемся ограничиваться материалами только о программировании и собираемся в будущем знакомить наших читателей со всем спектром современных IT-технологий. Кстати, в этой связи с удовольствием приглашаю всех желающих попробовать себя в роли авторов к плодотворному сотрудничеству! Кроме того, конечно же, буду рад слышать любые восторженные отзывы, вопросы, предложения и даже конструктивную критику! :)

Искренне ваш
Dimonka
ICQ 55199833

МИРОВЫЕ IT-НОВОСТИ

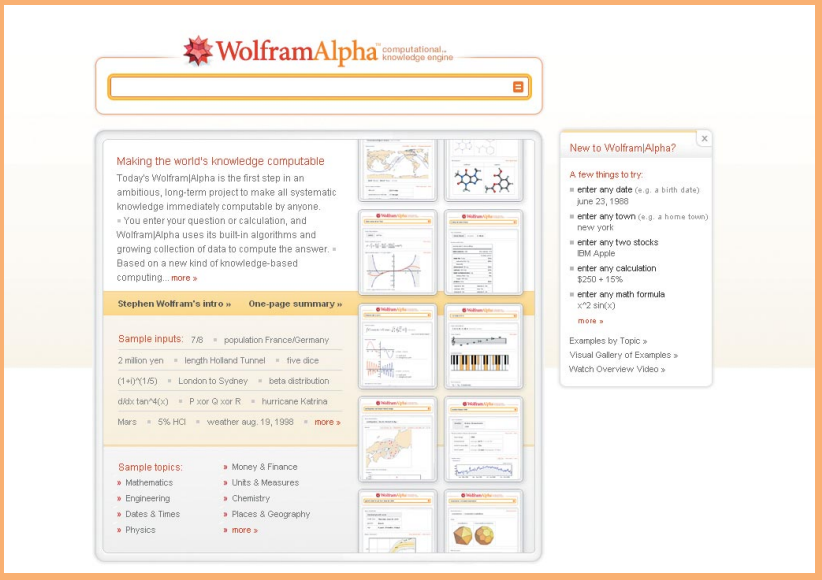
Электронный разум готов ответить на вопросы

В субботу, 16 мая, на два дня раньше предполагаемой даты, как сообщает PC Pro, был запущен сервис Wolfram Alpha. Эта система отвечает на вопросы, заданные на естественном языке.

Чтобы ответить на поставленный вопрос, Wolfram Alpha использует данные из многих источников, анализирует их с помощью пяти-шести миллионов алгоритмов, а затем самостоятельно вычисляет ответ! Сервис может выдать вам сведения о высоте той или иной горы или составить прогноз экономического развития страны, а также решить любое уравнение.

Своим названием система обязана имени сотрудника, возглавляющего команду разработчиков (всего около сотни человек), – Стивена Вольфрама, автора одной из самых популярных программ компьютерной алгебры – Mathematica.

Адрес сервиса: http://www.wolframalpha.com/



Предварительная версия Office 2010 просочилась в Интернет

Пакет офисных приложений Office 2010, разрабатываемый сейчас корпорацией Microsoft, можно скачать через файлообменные сети. Причем как в традиционном 32-битном, так и в 64-разрядном варианте. Безусловно, это еще не законченный продукт, его статус – Technical Preview. Финальный релиз Office 2010 состоится только в первой половине следующего года. Однако на основании предварительного знакомства можно сделать определенные выводы о том, каким будет новый пакет офисных приложений. Так, по сравнению с Office 2007, он характеризуется меньшим временем загрузки, а вот основные черты интерфейса сохранились в неприкосновенности.

В состав Office 2010 войдут следующие приложения: Word, Excel, Outlook PowerPoint, OneNote, Communicator, Access, Infopath и Publisher. У программ Word, Excel, PowerPoint и OneNote появятся поддерживаемые засчет рекламы веб-версии, взаимодействовать с которыми пользователи смогут через Интернет при помощи браузера.

Закрытое тестирование Office 2010 начнется в июле. Microsoft планирует предоставлять доступ к предварительной модификации набора офисных приложений только после регистрации.

MS выпустит Windows 7 в конце года

Окончательная версия операционной системы Windows 7, по заявлению вице-президента корпорации Microsoft Билла Вегте, сделанному на конференции TechEd, выйдет в конце текущего года.

Разработка этой ОС (под названием Blackcomb) началась девять лет назад, и ее планировали завершить к 2005 году. Впервые система была публично продемонстрирована 28 октября 2008 года. В начале января 2009 года на сайте Microsoft была размещена бета-версия Windows 7, а в мае всем желающим стал доступен релиз-кандидат Windows 7.

Компания собирается приурочить к началу рождественских распродаж выпуск не только Windows 7, но и серверной операционной системы Windows Server 2008 R2. Точная дата релиза будет известна за два-три месяца до выхода этих ОС.

Apple поддержит Blu-ray

Компания Apple готова «впустить» формат Blu-ray в свои медиаприложения. Этот вывод можно сделать на основании того факта, что в характеристиках медиаплеера iTunes v8.2 значится поддержка этого формата. Напомним, медиаплеер iTunes v8.2 вышел в составе бета-версии ПО iPhone 3.0. Негативное отношение Apple к технологии Blu-ray известно, однако теперь, вполне возможно, компания изменила свою официальную политику по этому вопросу.

Окончательно все должно выясниться в рамках ежегодного форума Apple Worldwide Developers Conference (WWDC), который пройдет в Сан-Франциско с 8 по 12 июня этого года. Интрига такова, что ажиотаж вокруг мероприятия не спадает уже второй год: все билеты на конференцию проданы заранее. На ней также будет представлена финальная редакция третьей версии программного обеспечения для смартфона iPhone и анонсирована новая версия операционной системы Mac OS X Snow Leopard.

В Microsoft Office появилась поддержка OpenDocument

Выпущен Service Pack 2 (SP2) для Office 2007 от Microsoft. Основное в пакете обновлений –поддержка двух новых форматов: Portable Document Format (PDF) и Open Document Format (ODF). Теперь документы, созданные или открытые в любом из офисных приложений Microsoft, можно будет сохранять в PDF и ODF без установки каких-либо дополнительных плагинов.

Это новшество было анонсировано в мае 2008 года одновременно с заявлением корпорации Microsoft о том, что она не будет обновлять уже реализованный в офисном пакете формат Office Open XML, поскольку он не соответствует принятой спецификации ISO/IEC 29500. Новая версия Office Open XML появится только в следующем поколении пакета офисных программ Microsoft.

Другие функции нового пакета обновлений для Office 2007 призваны улучшить производительность и стабильность работы приложения Outlook, а также сервис построения диаграмм и графиков программы Excel.

Service Pack 2 для Microsoft Office 2007 можно скачать с сайта Microsoft. Размер загружаемого файла – 294 мегабайта.

Bluetooth стал в восемь раз быстрее

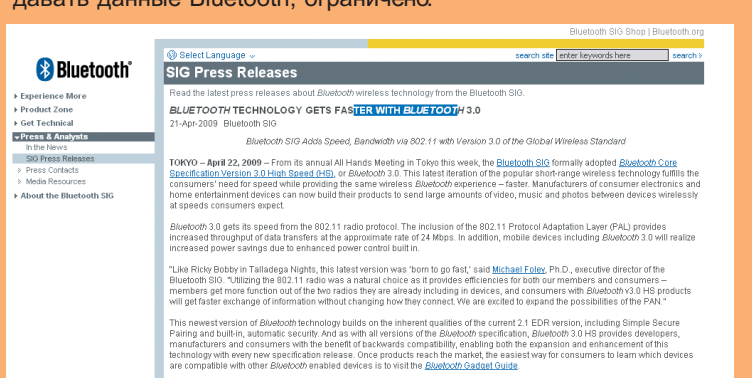
Выпущена новая версия стандарта беспроводной связи Bluetooth – Bluetooth 3.0. Согласно спецификациям стандарта, опубликованным организацией Bluetooth SIG, скорость передачи данных с помощью Bluetooth 3.0 составляет до 24 мегабит в секунду. Для сравнения: предыдущая версия Bluetooth 2.1 передает данные на скорости три мегабита в секунду.

Такой прирост в скорости стал возможен благодаря поддержке этим стандартом протокола 802.11, используемого в Wi-Fi. При этом в Bluetooth 3.0 существует более экономный с точки зрения энергопотребления радиомодуль, обеспечивающий прежнюю скорость передачи данных в три мегабита в секунду.

Какая из двух радиосистем будет использоваться, новый Bluetooth решит, исходя из размера передаваемого файла – для небольшого файла он выберет более низкую скорость, для большого – высокую. После завершения передачи по высокоскоростному каналу модуль сам вернется в режим экономии энергопотребления.

О разработке Bluetooth 3.0 стало известно в конце 2008 года. Первые устройства с поддержкой этого стандарта можно будет купить уже в этом году.

Bluetooth – стандарт беспроводной связи, использующийся для соединения различных устройств с друг другом, например, для подсоединения к ПК беспроводной мыши, клавиатуры, принтера, мобильного телефона и т. п. Bluetooth – намного более экономный с точки зрения потребления энергии стандарт, чем Wi-Fi, однако расстояние, на которые может передавать данные Bluetooth, ограничено.


Bluetooth SIG Shop | Bluetooth.org

Bluetooth

Select Language

search site enter keywords here search

SIG Press Releases

Read the latest press releases about *Bluetooth* wireless technology from the Bluetooth SIG.

BLUETOOTH TECHNOLOGY GETS FASTER WITH *BLUETOOTH* 3.0

21-Apr-2009 Bluetooth SIG

Bluetooth SIG Adds Speed, Bandwidth via 802.11 with Version 3.0 of the Global Wireless Standard

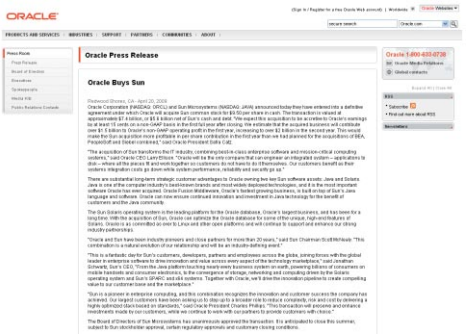
TOKYO – April 22, 2009 – From its annual All Hands Meeting in Tokyo this week, the Bluetooth SIG formally adopted *Bluetooth* Core Specification Version 3.0 High Speed (HS), or *Bluetooth* 3.0. This latest iteration of the popular short-range wireless technology fulfills the consumers' need for speed while providing the same wireless *Bluetooth* experience – faster. Manufacturers of consumer electronics and home entertainment devices can now build their products to send large amounts of video, music and photos between devices wirelessly at speeds consumers expect.

Bluetooth 3.0 gets its speed from the 802.11 radio protocol. The inclusion of the 802.11 Protocol Adaptation Layer (PAL) provides increased throughput of data transfers at the approximate rate of 24 Mbps. In addition, mobile devices including *Bluetooth* 3.0 will realize increased power savings due to enhanced power control built in.

"Like Ricky Bobby in Talladega Nights, this latest version was 'born to go fast,' said Michael Foley, Ph.D., executive director of the Bluetooth SIG. "Utilizing the 802.11 radio was a natural choice as it provides efficiencies for both our members and consumers – members get more function out of the two radios they are already including in devices, and consumers with *Bluetooth* v3.0 HS products will get faster exchange of information without changing how they connect. We are excited to expand the possibilities of the PAN."

This newest version of *Bluetooth* technology builds on the inherent qualities of the current 2.1 EDR version, including Simple Secure Pairing and built-in, automatic security. And as with all versions of the *Bluetooth* specification, *Bluetooth* 3.0 HS provides developers, manufacturers and consumers with the benefit of backwards compatibility, enabling both the expansion and enhancement of this technology with every new specification release. Once products reach the market, the easiest way for consumers to learn which devices are compatible with other *Bluetooth* enabled devices is to visit the *Bluetooth* Gadget Guide.

МИРОВЫЕ IT-НОВОСТИ


ORACLE

Oracle Press Release

Oracle Buys Sun

Oracle купила Sun Microsystems

Компания Oracle приобретет компанию Sun Microsystems за 5,6 миллиарда долларов. Об этом крупном событии в мире софтверного бизнеса корпорации сообщили в официальном совместном пресс-релизе. С учетом долга и свободной наличности Sun Microsystems сумма сделки составит 7,4 миллиарда долларов (9,5 доллара за акцию).

Oracle – третья по величине софтверная компания в мире, один из крупнейших разработчиков систем управления базами данных, инструментов для разработки баз данных и ERP-систем. Самый известный продукт Oracle – одноименная система управления базами данных.

Sun Microsystems является одним из крупнейших мировых производителей серверов и рабочих станций. Также Sun известна как разработчик операционных систем, платформы Java и участник проекта OpenOffice.org.

Сделка будет окончательно завершена летом 2009 года, после того, как компании получат одобрение властей США и акционеров компаний.

В ноябре 2008 года руководители Sun Microsystems заявили, что намерены реструктурировать компанию в связи с экономическим кризисом. Основными действиями по реструктуризации должны были стать сокращения штата сотрудников на 15-18 процентов, что составляет около шести тысяч человек. Это позволит компании сэкономить от 700 до 800 миллионов долларов в год.

Аналитики компании Sanford C. Bernstein & Co считают, что Oracle уволит из Sun Microsystems до десяти тысяч человек, сообщает IDG News. В целом штат Sun Microsystems составляет около 34 тысяч человек. Также в Sanford C. Bernstein & Co полагают, что прибыль Sun Microsystems в 2010 году будет равна 800 миллионам долларов. При условии увольнения из Sun от 5,5 до 10 тысяч человек компанией может быть достигнута прибыль в полтора миллиарда долларов.

Аналитики из Technology Business Research согласны с тем, что штат Sun Microsystems будет сокращен. По их мнению, большая часть увольнений придется на отделы продаж и маркетинга.

Специально для наших читателей новости собрал Dimonka

Ruby On Rails - программирование без забот

В последнее время новые языки программирования и технологии стали вытеснять старые, но проверенные средства разработки сайтов. Одной из подобных технологий и является Ruby On Rails.

В этой статье мы сделаем попытку описать, чем же все-таки хорошо программирование на Ruby On Rails и почему все больше и больше программистов используют его при разработке веб-проектов.

Ruby

Ruby On Rails – это связка языка программирования Ruby и фреймворка Rails, написанного на самом Ruby. Это удачное сочетание и родило гибкую среду разработки. По сравнению с другими популярными языками программирования, Ruby имеет некоторые особенности. Одно из основных отличий – это полномасштабная поддержка концепции ООП (объектно-ориентированного программирования). Абсолютно любая сущность в Ruby является объектом. Даже сам класс, описывающий модель, является моделью и имеет своего прародителя. Любой простой тип (string, integer) также можно расширить, добавив новые методы, так что понятие «простой тип» как таковое уже неприемлемо в Ruby. ***Например,***

```
class String
  def areyouinteger?
    puts «no, I am not»
  end
end

class Integer
  def areyouinteger?
    puts «yes, I am»
  end
end

“Строка”.areyouinteger?
> “no, I am not”
5.areyouinteger?
> “yes, I am”
```

Другой пример - быстрое задание дат и времени:

(4.months + 5.years).from_now – означает дату, которая будет через 5 лет и 4 месяца после сегодняшнего дня или была 10 минут назад — 10.minutes.ago.

Любые символьные операторы (сравнение, вычитание, умножение и т. д.) являются методами объекта, находящегося слева от этого знака. Синтаксис Ruby очень прост, большинство команд заменяются множественными выводами методов через точку. Для примера,

```
symbols = [«a»..»z», «A»..»Z», «0»..»9"].map{ |range| range.to_a }.flatten
puts (0...8).map{ symbols[rand(symbols.size)] }.join
```

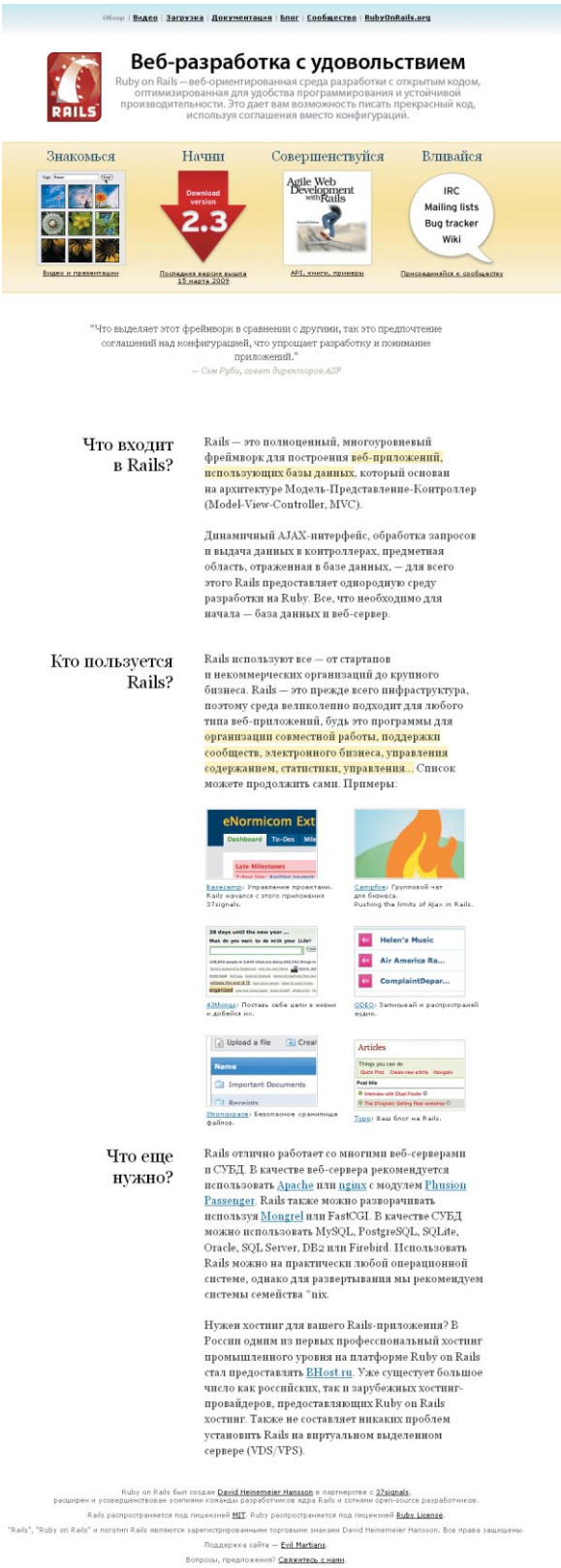
Приведенный выше код генерирует случайный пароль из восьми символов латинского алфавита или цифр. Как видите, короткие блоки кода не нужно выделять в отдельную строчку, а сразу после них можно продолжать вызывать цепь методов.

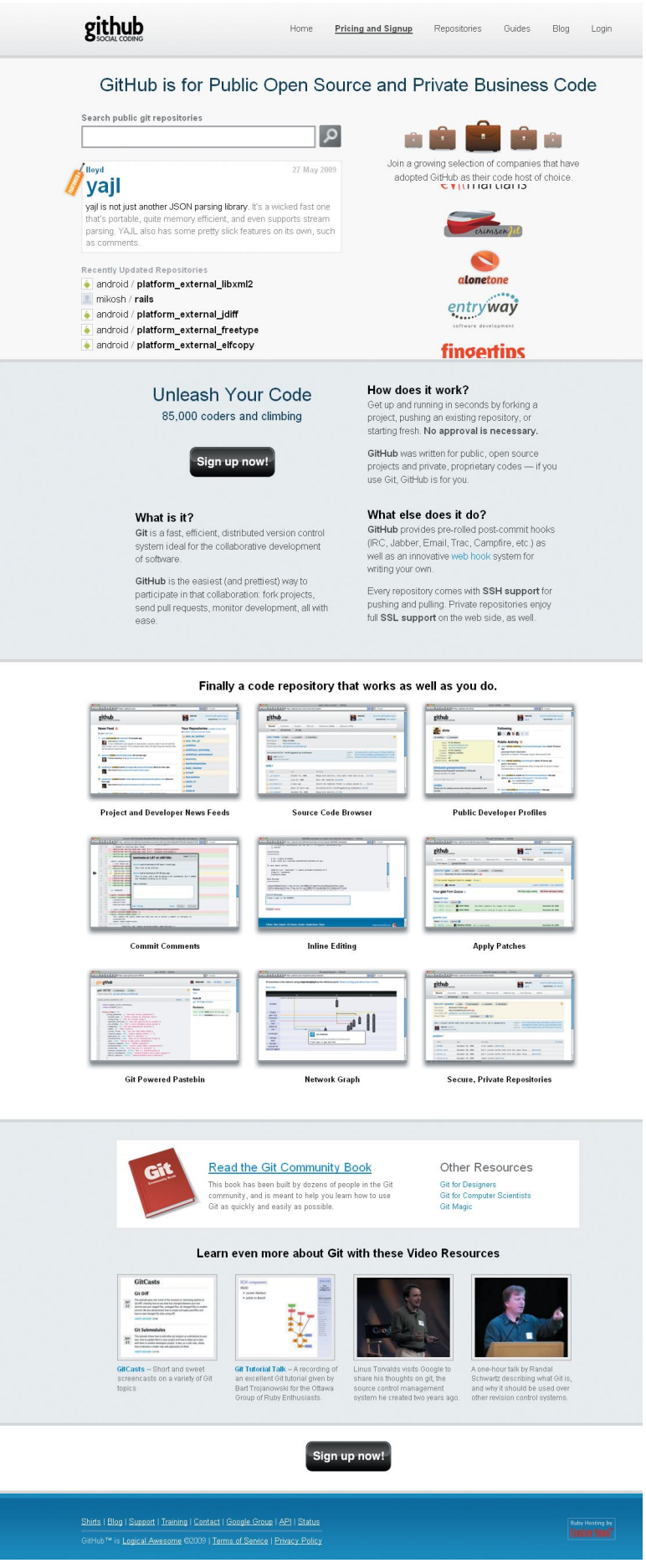
Rails

Rails – специальная надстройка на Ruby, предназначенная для разработки веб-сайтов. Rails состоит из нескольких отдельных модулей:

- ActiveRecord – осуществляет полностью инкапсулируемый доступ к базе данных, вам не нужно писать sql запросы напрямую, ActiveRecord существенно упрощает доступ к данным, хранящимся в БД. Даже самые сложные inner join запросы реализуются легко и элегантно;
- ActionPack (ActionController, ActionView) – классы, позволяющие реализовать, соответственно, контроллеры и шаблоны для реализации страниц сайта;
- Routes - система маршрутов позволяет создать практически любые пути в url сайта для отображения страниц вашего сайта;
- ERB – простое и в то же время мощное средство для создания шаблонов страниц, не уступающее по возможностям широко популярному компилятору шаблонов smarty. Шаблоны также кэшируются в чистый Ruby код для повышения производительности;
- ActiveResource – позволяет легко реализовать общение двух сайтов через XML-RPC;
- ActionMailer – готовое средство для работы с почтой.

Имеется несколько веб-серверов, поддерживающих Ruby On Rails. Rails содержит два встроенных веб-сервера: WEBRick – простой веб-сервер для локальной отладки проекта, Mongrel – мощное решение, поддерживающее кластеризацию. Использование Rails также возможно и с сервером Apache





– для этого предусмотрено расширение Apache mod_rails.

Одна из принципиальных особенностей Rails - это кэширование всего кода проекта. В отличие от PHP, при запросе страницы весь код пользователя и код Rails уже загружены, скомпилированы и готовы к использованию веб-сервером. В PHP же, например, при запросе сервером какой-либо страницы заново происходит интерпретация всего используемого кода, в том числе и кода фреймворка, используемого в проекте. Другими словами, Ruby On Rails - это как программа, единожды загруженная в память и постоянно работающая, что существенно повышает производительность, а также позволяет сколь угодно сильно расширять фреймворк или собственный код без ущерба производительности. Обратной стороной данной особенности является необходимость перезапуска используемого веб-сервера при каждом изменении кода фреймворка.

GitHub

http://git.or.cz

Ruby On Rails не только запаслась хорошим языком программирования. Это полный набор средств, позволяющий комфортно разрабатывать и поддерживать веб-проекты. Самая распространенная система контроля версий является SVN, более стара CVS. На их смену пришли распределенные системы управления версиями файлов, такие, как GitHub. На ранее упомянутом сайте github.com проекты хранятся в личных git репозиториях пользователей. Ruby On Rails не навязывает его использование, вы можете хранить код и в svn и в cvs. Однако Git позволит получить выигрыш при разработке проекта командой программистов. Да и вы как разработчик можете поучаствовать в разработке чужого проекта, исправив в нем найденные ошибки и закачав изменения на github. Если автор посчитает ваши изменения оправданными, то добавит их в основной репозиторий, доступный всем. Обновлять проекты, таким образом, может любой Ruby-программист, поэтому популярные плагины содержат наименьшее число ошибок.

Capistrano

www.capify.org

Capistrano - система деплоинга проектов, написанных на Ruby. Раньше для закачки проекта на сервер программисты использовали обычное ftp соединение, потом с популярностью систем контроля версий начали использовать svn репозитории и ssh соединение для развертывания проекта на сервере. Capistrano продолжает развитие этих технологий. Он позволят автоматически развернуть проект на сервере прямо с локального компьютера. Для управления сервером используется ssh, причем полностью в автоматическом режиме. На этом достоинства Capistrano не заканчиваются. Если проект распределенный, т. е. существует отдельный сервер под базу данных и несколько серверов с кодом сайта, Capistrano соединится со всеми рабочими серверами и произведет все необходимые действия для обновления проекта до новой версии. При этом ваш рабочий проект будет остановлен на минимальное время. Некоторые программисты специально ставят Ruby и Capistrano для деплоинга проектов, написанных на других языках программирования.

Тестирование

Ruby On Rails поддерживает концепции TDD (Test Driven Development) и BDD (Behaviour Driven Development). Поэтому одна из важнейших задач при разработке на Ruby On Rails - написание тестов. Зачем это вообще нужно, если заказчик требует как можно быстрее реализовать проект? Ответ прост: написание тестов упростит работу даже когда время на разработку проекта ограничено. Многие PHP-про-

Design is not the most important
thing but you can't do without it

Tell me who is your web-designer and I will tell you who you are

граммисты привыкли к простейшему способу отладки, который заключается в бесконечных переходах от текстового редактора к браузеру. После этого может быть трудно представить, как можно отладить визуальный компонент, используя только консоль. Однако тесты дают неоспоримые преимущества: во-первых, вы можете тестировать код, который еще не полностью реализован, используя технологию заглушек stubs, а во-вторых, завершив проект и внося в него изменения, вы можете легко проверить, не нарушили ли изменения какую-либо часть проекта. Тестирование в Ruby On Rails может стать отдельной обширной темой для описания, что, впрочем, справедливо для всех компонентов данного фреймворка. Этому опять-таки способствует наличие серьезных дополнений, облегчающих тестирование (UnitTest, RSpec, Mocha).

Итоги

Что же выбрать: проверенные решения или новые перспективные технологии? Вопрос неоднозначный. С одной стороны, зачастую оказывается, что «новые» технологии уже давно используются в других отраслях и являются не менее конкурентноспособными. С другой стороны, «проверенные» решения не зря так называются. При разработке небольших проектов, конечно, имеет смысл использовать традиционные для данной отрасли решения. Ведь связка PHP/Mysql/Apache поддерживается любым хостингом и практически любым программистом.

Если же речь идет о чуть более крупном проекте, есть смысл потратить немного времени на анализ разных технологий. Зачастую заказчик не имеет достаточно знаний о том же Ruby on Rails, поэтому в этом случае я бы порекомендовал прислушиваться и к разработчику, который предлагает новые идеи.

Ruby On Rails существенно сократит время разработки засчет готовых отлаженных плагинов. На сайте github.com их собрано огромное множество. Наиболее популярные: полностью готовая авторизация с регистрацией и готовой админкой управления пользователями, плагин пагинации страниц, плагины рейтингования, плагины форумов. Плюс ко всему в настоящее время готовы сборки наиболее полезных и интересных плагинов. Созданы практически все интерфейсы для работы с популярными интернет-сервисами. Использование Ajax на Ruby on Rails не сложнее создания обычных html-страниц. Смело требуйте от Ruby-программиста динамических элементов на страницах, фреймворк Rails позволяет сделать это быстро и просто. Засчет строгой файловой структуры, задаваемой фреймворком Rails, изменение проекта даже другим программистом будет несложным.

Что же получит программист, выучив Ruby On Rails и начав предлагать его использование при разработке сайтов? Попробуем перечислить достоинства и с этой точки зрения:

- Код проекта получается простой и чистый, включающий только написание непосредственного функционала проекта. Все остальное берет на себя фреймворк Rails. Наличие генераторов кода избавляет от необходимости ручного создания файлов в проекте. Такие генераторы создают весь необходимый базовый код, программист лишь заполняет его специфическим функционалом.
- Гибкость внесения изменений также очень важный фактор. Заказчик часто меняет свои требования касательно каких-либо частей проекта, а в Ruby on Rails такие изменения происходят значительно быстрей засчет меньшего объема кода, простоты работы с базами данных, строгого разделения функционала по жестко определенному принципу и засчет наличия множества плагинов.
- Забудьте про использование phpMyAdmin и других средств доступа к базам данных, они попросту не нужны. С появлением технологий fixtures и migrations вы легко создадите структуру базы, заполните ее данными и точно так же легко продублируете эту структуру на production-сервер. Дальнейшие изменения структуры БД будут столь же прозрачны – вы описываете только изменения в структуре БД, после чего все используемые в проекте базы данных будут обновлены автоматически.

Остается только преодолеть боязнь программистов изучать новое и боязнь заказчиков использовать новые технологии, и тогда все останутся в выигрыше. Программист экономит свое время, а заказчик получает качественный проект. Многие зарубежные компании уже имеют подразделения Ruby-программистов и потихоньку переводят свои старые проекты на платформу Ruby On Rails.

Grozny & Мастер
Http://AIGallerySubmitter.com

Знакомьтесь – это PHP!

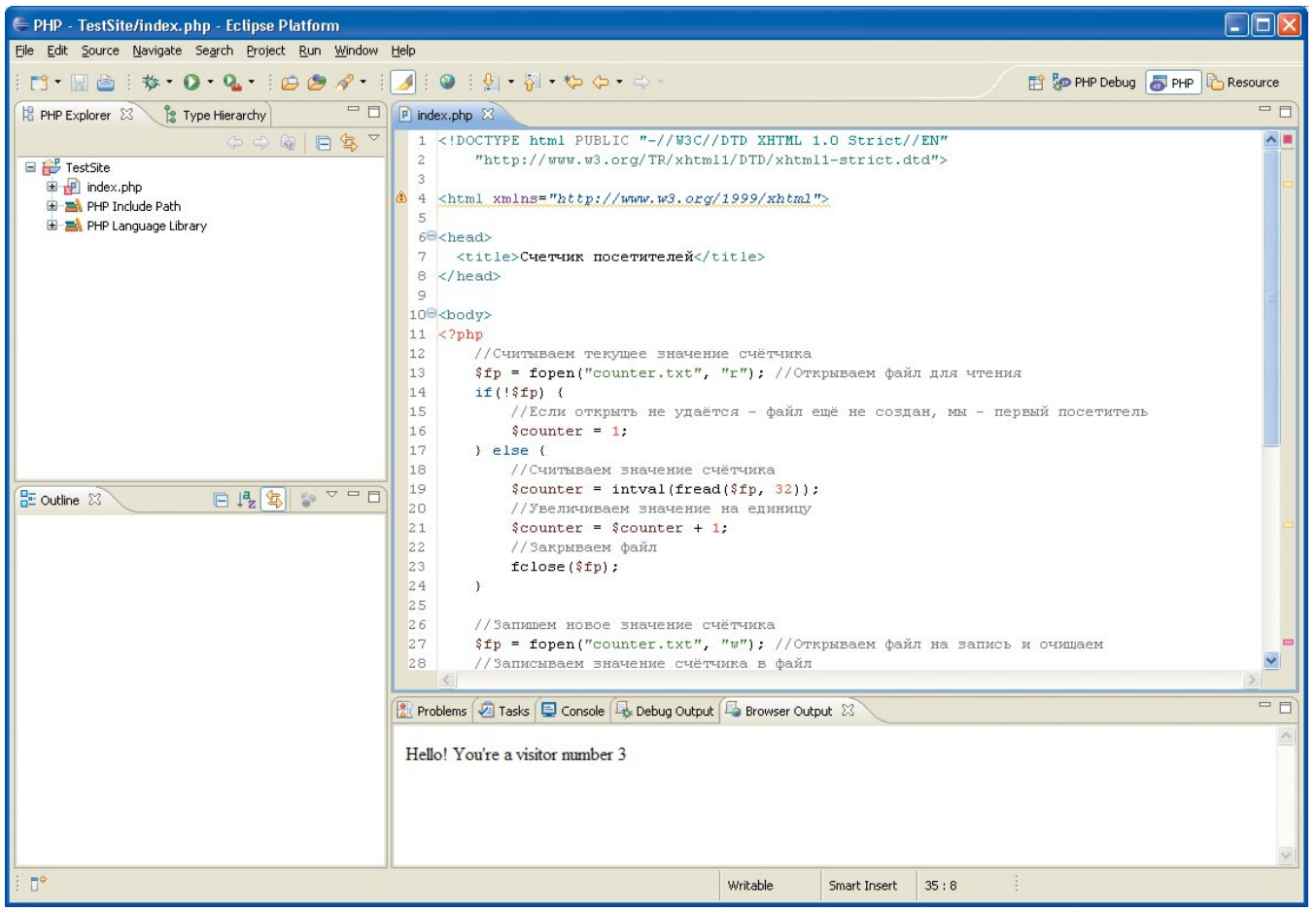
Введение

Этой статьёй я хотел бы начать цикл публикаций, призванных познакомить наших читателей с языком программирования PHP. В принципе, можно было бы продолжить дело, начатое моим предшественником, и посвятить данное повествование языку Java, но, принимая во внимание сферу деятельности большей части нашей аудитории, работающей в онлайн-бизнесе, где подавляющая часть веб-проектов реализуется на PHP, было принято решение рассказать именно о нём. Автор не ставит своей целью сделать из читателей профессиональных программистов, т. к. небольшим циклом статей охватить все возможности и тонкости языка PHP попросту невозможно, но постарается дать некий начальный минимум знаний, который позволил бы писать несложные веб-приложения, а также дать толчок к дополнительному изучению языка.

Итак, начнём с самого начала. Что такое PHP? Изначально аббревиатура PHP расшифровывалась как «Personal Home Page», но с тех далёких времён язык значительно эволюционировал и уже много лет используется в коммерческих web-приложениях самой высокой сложности, а посему начальная аббревиатура попросту стала неактуальной. На данный момент официальной считается расшифровка «PHP: Hypertext Preprocessor».

PHP является объектно-ориентированным скриптовым языком программирования и в настоящее время в большинстве случаев работает как интерпретируемый язык, работающий на веб-сервере в качестве подключаемого модуля. Раньше также часто применялась работа через CGI, но ввиду медленного быстродействия и некоторых функциональных ограничений в данный момент практически не встречается.

Существуют компиляторы для PHP, в том числе и официальный, выпущенный разработчиками из компании Zend, но для того, чтобы скомпилированный код работал на сервере, на нём должен быть установлен специальный модуль, который умеет выполнять скомпилированные файлы PHP (так называемый байт-код), что встречается не так часто. Скомпилированные модули отличаются повышенной производительностью, а также помогают защитить код программы от посторонних глаз, особенно если откомпилированный код шифруется.



Коротко о серверах и редакторах

Описание процесса установки веб-сервера, равно как и интерпретатора языка PHP, выходит за рамки данной статьи – информации по этому вопросу в Интернете огромное количество, и найти пошаговую инструкцию для практически любого желаемого сочетания ОС+сервер+PHP (а также MySQL и т. д.) не составит никакого труда.

Что же касается выбора редактора для написания кода, то тут выбор просто огромен. Помимо официальной среды Zend Studio в Интернете можно найти огромное количество больших и маленьких, платных и бесплатных редакторов для написания кода на PHP, которые, как правило, мало чем отличаются друг от друга и содержат примерно один и тот же стандартный набор возможностей. Автор данной статьи использует IDE Eclipse с установленными плагинами для разработки и отладки проектов на PHP. Причины выбора чисто субъективные – бесплатность, приятный интерфейс, набор всех необходимых возможностей, ну и в целом достаточно качественно сделанный продукт. Поэтому в этом вопросе выбор целиком зависит от предпочтений каждого конкретного программиста.

Принцип работы веб-приложений

Перед тем как мы, наконец, перейдём к рассмотрению языка PHP и напишем наше первое простейшее приложение, давайте предварительно поговорим о том, как же работает классическое веб-приложение. Предположим, вы в своём браузере пытаетесь зайти на страницу http://www.mysite.com/index.php. Что при этом происходит? Браузер посылает на сервер запрос по протоколу HTTP и сообщает серверу, что хочет получить указанную выше страницу. Если сервер находит у себя такую страницу, то он проверяет, что это за страница. Как правило, проверка происходит по расширению файла. Обнаружив, что запрашиваемая страница является php-файлом, сервер передаёт её на обработку интерпретатору PHP. Тот, в свою очередь, парсит (анализирует) данную страницу и ищет в ней блоки кода PHP. Всё, что находится вне блоков кода, считается простым HTML и оставляется без изменений, а всё, что внутри блоков PHP, – выполняется интерпретатором, превращается в HTML-код, и затем итоговая страница выдаётся серверу виде чистого HTML-кода. Сервер же просто выдаёт полученную от интерпретатора страницу в браузер пользователя, и мы видим у себя на экране итоговую страницу. Всё сказанное выше можно понять из приведённой схемы.

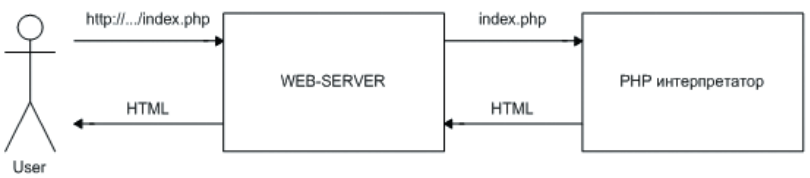


Схема 1. Работа простейшего веб-приложения

Пробы пера

На этом вступительную часть можно считать законченной и перейти непосредственно к рассмотрению языка PHP. Сразу хочется отметить, что на данный момент актуальными и используемыми считаются версии языка 4.3.x и 5.x.x. Главные отличия 4-й и 5-й версии касаются объектно-ориентированной части языка, о которой мы поговорим в одной из следующих статей. На данном этапе нам всё равно, какую из двух версий языка использовать. Версия 4.3.x чаще встречается на серверах хостинговых компаний, в то время как изучение и использование 5-й версии, наверное, стоит считать более перспективным.

Язык PHP имеет Си-подобный синтаксис, хотя некоторые конструкции заимствованы из языка Perl. Код на PHP вставляется прямо в HTML-документы и обрамляется ограничителями <?php ?>. Всё, что находится вне ограничителей, рассматривается интерпретатором как HTML-код и выдаётся без изменений. В зависимости от настроек интерпретатора поддерживаются также ограничители <? ?> и <% %>. Простейшая программа, выводящая на экран браузера надпись: «Hello, World!» - будет выглядеть следующим образом:

```
<?php
    echo(«Hello, World!»);
?>
```

Листинг 1. Простейшая программа на PHP

Как уже писалось выше, блоки кода PHP можно вставлять прямо в HTML-документы. Правда, требуется помнить, что для корректной работы сохранять такие документы нужно в файлах с расширением *.php, а не *.html. Конечно, это зависит от настроек сервера, но в большинстве случаев это так.

```
<html>
<head><title>Первая программа на PHP!</title></head>
<body>
<?php
    echo(“Hello, World!”);
?>
</body>
</html>
```

Листинг 2. Программа, вставленная в HTML-документ

Как видно, в данном примере мы используем команду echo() для вывода текста в окно браузера, что, впрочем, можно сделать простым HTML, и не добавляет нашему приложению никакой динамики.

Поговорим немного о переменных и доступе к параметрам. В языке PHP используется динамическая типизация данных, поэтому ни тип, ни сами переменные объявлять заранее не требуется, достаточно просто присвоить значение желаемой переменной. Узнать тип данных, который в данный момент хранится в интересующей нас переменной, можно при помощи функции gettype(). Доступ к переменным осуществляется при помощи символа $, после которого следует имя переменной. Например:

```
<?php
    $sample = “PREVED!”;
    echo($sample);
?>
```

Листинг 3. Использование переменных

Что же касается параметров, то доступ к ним осуществляется через так называемые суперглобальные массивы. Это предопределённые массивы, значения которых задаёт интерпретатор PHP, и их значения доступны в любой точке программы. Для доступа к параметрам запроса пользователя на сервер используются следующие массивы:

- $_GET – содержит данные HTTP-запроса GET, переданные скрипту в адресной строке после символа “?”;
- $_POST – содержит данные запроса POST, переданные браузером на сервер после сабмита пользователем формы;
- $_FILES – ассоциативный массив, содержащий данные об отправленных на сервер запросом POST файлах.

Подробнее об устройстве этого массива читайте в документации по PHP;

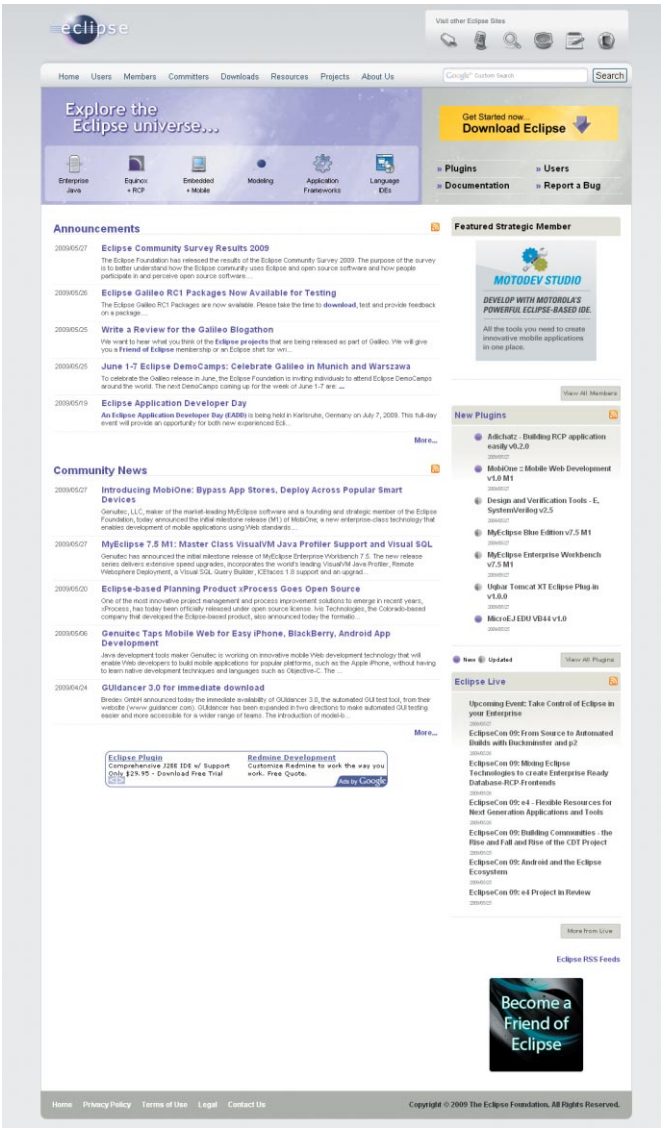
- $_COOKIE – ассоциативный массив, содержащий данные переданных на сервер кук;
- $_REQUEST – массив, содержащий данные массивов $_GET, $_POST и $_COOKIE.

Все вышеперечисленные массивы – ассоциативные, т. е. обращение к элементам происходит по имени элемента. Допустим, мы ввели в браузер адрес следующего вида: http://имя_сервера/имя_файла.php?name=Vasja. Чтобы вывести значение данного параметра на экран, требуется написать скрипт с использованием данных массива $_GET:

```
<?php
    echo(“Hello,”.
$_GET[“name”]); //выводим параметр name
?>
```

Листинг 4. Работа с параметрами

В результате работы данного скрипта в браузер будет выведена строка “Hello, Vasja”. Из кода также видно, что в языке PHP конкатенация (скрепление) строк осуществляется оператором «.» - точка.



Первая программа

Теперь давайте попробуем написать какую-нибудь более сложную и, что немаловажно, хоть немного более полезную программу. По аналогии с прошлым номером мы попробуем написать простой счётчик посещений страницы, только на этот раз не на Java, а на PHP. Изначально счётчик будет максимально простым. Он будет хранить количество посещений в файле и считать все заходы на страницу, а не только уникальных посетителей.

Алгоритм работы программы прост. Сначала пробуем открыть файл, в котором хранится значение счётчика. Если это не удаётся, значит, файл ещё не создан, и мы – первый посетитель страницы. Тогда присваиваем счётчику значение 1. Если же удалось открыть файл, то считываем оттуда текущее значение и закрываем файл.

Далее увеличиваем значение счётчика на единицу, открываем тот же файл для записи и записываем туда новое значение счётчика. После этого выводим значение счётчика в браузер пользователя.

Рассмотрим код поэтапно. Для начала – открытие файла и считывание текущего значения:

```
<?php
//Считываем текущее значение счётчика
$fp = fopen("counter.txt", "r"); //Открываем файл для чтения
if(!$fp) {
        //Если открыть не удаётся - файл ещё не создан, мы - первый посетитель
        $counter = 1;
} else {
        //Считываем значение счётчика
        $counter = intval(fread($fp, 32));
        //Увеличиваем значение на единицу
        $counter = $counter + 1;
        //Закрываем файл
        fclose($fp);
}
```

Листинг 5. Считывание значения из файла

Как видно из кода, мы используем функцию fopen() чтобы открыть файл. На вход функции мы подаём два параметра – имя файла и режим работы («r» - только для чтения). Возвращённый этой функцией дескриптор файла мы записываем в переменную $fp, чтобы иметь возможность в дальнейшем совершать операции с открытым файлом.

Далее, как и планировалось, – если не удалось открыть файл, то считаем это первым посещением и присваиваем в счётчик единицу. В противном случае – считываем при помощи fread() текущее значение счётчика, указываем дескриптор файла, с которым мы хотим работать, и максимальную длину считываемой строки – 32 байта (вряд ли число посетителей будет длиннее ?). С помощью функции intval() мы точно говорим интерпретатору PHP, что считанное значение – число. После этого увеличиваем значение счётчика на единицу и закрываем открытый файл. Далее нам требуется записать в файл новое значение счётчика:

```
//Запишем новое значение счётчика
$fp = fopen("counter.txt", "w"); //Открываем файл на запись и очищаем
//Записываем значение счётчика в файл
fwrite($fp, $counter);
//Закрываем файл
fclose($fp);
?>
```

Листинг 6. Запись значения в файл

Действия, совершаемые нами на этом участке кода, во многом обратны совершённым ранее – теперь мы открываем файл уже для записи (режим «w») и записываем при помощи функции fwrite() новое значение счётчика, передавая ей на вход также дескриптор файла. После этого закрываем файл. Теперь нам требуется вывести значение счётчика в браузер. Сделаем это в отдельном блоке PHP-кода, после приветственной надписи:

```
<!— Выведем значение счётчика —>
<p>Hello! You're a visitor number <?= $counter ?></p>
```

Листинг 7. Вывод значения счётчика в браузер

Большая часть приведённого кода – это уже просто HTML, куда мы вставляем значение счётчика при помощи специальной конструкции PHP - <?= ?>. Данная конструкция содержит в себе не любой код на PHP, а только лишь одно выражение, результат которого она без всяких функций echo() выводит на экран. Это может быть просто имя переменной, а может – целое выражение, например <?= "The value is:". intval($a+$b-$c) ?>. Точку с запятой в конце ставить не требуется. Конечно, мы могли бы вывести значение нашего счётчика и при помощи простого echo(), но в ознакомительных целях рассмотрели новую, очень удобную конструкцию языка PHP.

Заключение

На этом мы закончим первую часть нашего введения в основы языка PHP. В следующей статье мы рассмотрим основы работы с базами данных MySQL из программ на PHP, работу с формами, а также научимся решать более сложные задачи. Впоследствии планируется также знакомство с объектно-ориентированным программированием на PHP.

Буду искренне рад вопросам, отзывам и пожеланиям!

Всегда ваш Dimonka
admin@mightysubmitter.com
ICQ: 55199833

INTERNET
incorporate

БИЗНЕС-РЕШЕНИЯ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТОВ

Мы предлагаем:

Создание компаний в офшорных зонах
Создание банковские счетов в офшорных зонах
Создание компаний на Кипре
Создание компаний в Европе
Открытие мерчант-аккаунтов
Помощь в получении разного рода лицензий
Консультации в сфере бизнеса для интернет-проектов.

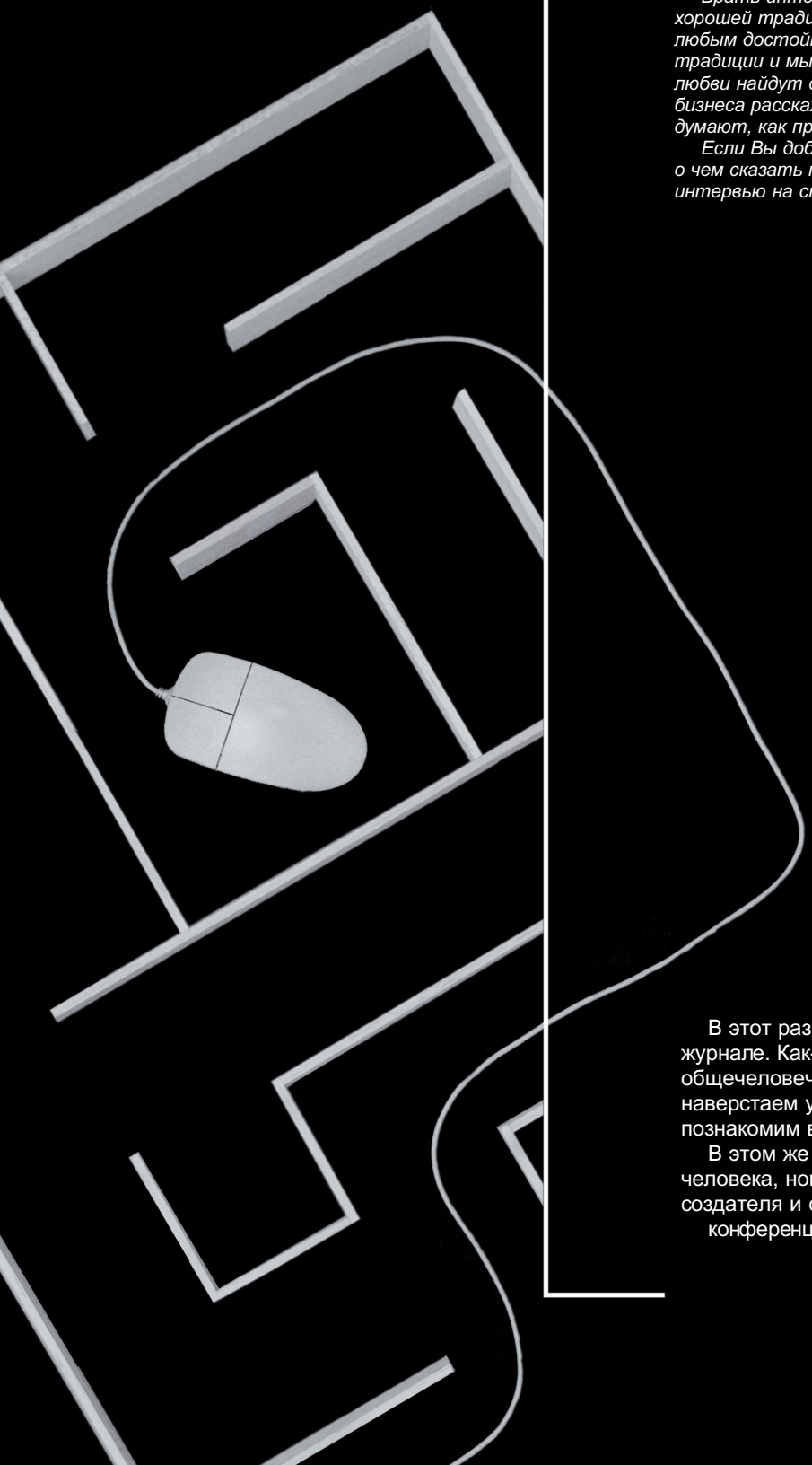
InternetInCorporate.com

Interview

Правильные ответы на неправильные вопросы

Брать интервью у мэтров нашего бизнеса давно уже стало хорошей традицией. В Сети можно найти интервью практически с любым достойным упоминания веб-мастером. Не отошли от этой традиции и мы: вопросы бизнеса, философии, политики и даже любви найдут отражения в этом разделе. Здесь мэтры онлайн-бизнеса расскажут о том, как они ведут дела, как живут, о чем думают, как проводят свой досуг.

Если Вы добились заметных успехов и считаете, что Вам есть о чем сказать мастерам, мы будем рады разместить и Ваше интервью на страницах нашего журнала.



В этот раз раздел интервью получилось самым маленьким в журнале. Как-то не сложилось в этот раз с опросами мэтров по общечеловеческим и злободневным темам. Думаю, с легкостью наверстаем упущенное в следующем номере журнала и познакомим вас с интересными и умными людьми.

В этом же номере мы рады представить вам замечательного человека, нового хорошего друга нашего журнала – Андреаса, создателя и организатора новой

конференции «Барселонский саммит».

Интервью с организатором «Барселонского саммита»

М: — Привет, Андреас! Давно не виделись.

А: — Это так, рад снова тебя видеть.

М: — Андреас, прошел серьезный шумок о новой конференции, в организации которой ты участвуешь. Что ты можешь об этом рассказать?

А: — Я рад сообщить, что мы будем проводить «Барселонский саммит» с 15 по 17 июня этого года.

М: — Еще одна конференция? Есть ли для нее место на рынке?

А: — Можно со смелостью сказать - да. «Барселонский саммит» не будет похож на обычные шоу, к которым мы привыкли.

М: — Правда? Почему?

А: — Прежде всего, это будет по-настоящему международное шоу с участниками со всей Европы. И во-вторых, мы объединяем мероприятие бизнес для бизнеса с конференцией веб-мастеров.

М: — Хм. Звучит амбициозно. Но нужно ли это рынку?

А: — Должен признаться, эта идея родилась не за один день. Мы провели существенное изучение рынка, и, к моему восхищению, реакция оказалась, одним словом, отличной. Более 90 % людей, с которыми мы общались, просили нас развивать эту идею как можно скорее.

М: — Почему, по твоему мнению, они так позитивно отреагировали?

А: — Я думаю, это простая бизнес-мотивация. Индустрии нужны шоу, способствующие развитию ее бизнеса. В ЕС 27 уникальных стран, где проживает более 450 миллионов человек! Когда компании достигают своих максимальных прибылей в родной стране, они, само собой, стремятся расширить границы своей деятельности. Для получения максимальной прибыли в этой отрасли необходимо учитывать все компоненты, из которых она состоит. На «Барселонском саммите» мы открываем для рынка бизнес для бизнеса веб-мастеров, а для веб-мастеров открываем новые источники прибыли.

М: — Но как же объединить мероприятие для веб-мастеров и мероприятие бизнес для бизнеса? Как вы собираетесь привлекать к участию веб-мастеров?

А: — Позволь мне уточнить… мы организовываем «Барселонский саммит» независимо. Это уже дает ему другой оттенок. Нет контролирующей компании, поддерживающей эту инициативу. Независимость позволяет нам легче достучаться до лидеров рынка, а также использовать абсолютно иной подход к веб-мастерам.

М: — Наверняка довольно трудно найти подход к веб-мастерам?

А: — Нет, если к ним прислушиваться. Мы сфокусированы на организации мероприятия для них с учетом их потребностей и пожеланий. Мы будем активно привлекать веб-мастеров на более чем 40 форумах по всему миру.

М: — То есть, в принципе, вы приглашаете на шоу всех веб-мастеров?

А: — Это и есть основное отличие «Барселонского саммита». Честно говоря, каждый посещает шоу ради денег и вечеринок. Мы хотим объединить нашу отрасль в формате, способствующем налаживанию деловых контактов и получению прибыли нашими участниками. С самого начала мы разра-

ботали детальный план того, как привлечь серьезных игроков со всей Европы, заинтересовать их с учетом их пожеланий относительно трафика. И сейчас мы запускаем очень амбициозную программу таргетинга веб-мастеров.

M: — Ого… это очень тяжелая задача.

A: — Позволь мне добавить. Сейчас мы обсуждаем со своими спонсорами, работающими в сфере бизнес для бизнеса, вопросы, касающиеся желаемых источников трафика…. и даже специфических ниш. Вот здесь и начинается самое интересное…. мы дадим им веб-мастеров, которых они ищут!

M: — Но у меня есть некоторые сомнения. Спонсоры на самом деле заинтересованы в том, что вы предлагаете?

A: — Еще бы! Мы уже нашли 6 крупных спонсоров за подготовительный период: Creacom из Италии, InterMaxGroup из Германии, Private из Испании, а также Epoch и PussyCash/Iamlive из Штатов…… и, пока не забыл, с нами уже 3 крупных медиа-партнера. Два в Европе и один в США.

M: — Собираешь ли ты большую команду для этого события?

A: — У нас уже есть очень профессиональная команда. Как ты знаешь, последние 8 лет я занят в адалт-индустрии. В качестве предпринимателя в мире биллинга, как специалист по организации сбыта для компаний в Восточной и Западной Европе, а также как вице-президент по продажам для эксклюзивного швейцарского контент-провайдера. Я дополнил нашу команду опытным менеджером маркетинговой и деловой деятельности, чтобы усилить организационные способности команды и оптимизировать наше послание. И, конечно же, с нами Лулу – чудесная, горячая ассистентка.

M: — Выглядит продуманно.

A: — Мы уверены в этом. К тому же, выбор в пользу Барселоны был сделан не только из-за атмосферы вечеринок, хотя это и важно. Мы также думаем о наших веб-мастерах. Сотни

недорогих рейсов направляются сюда ежедневно, здесь у нас есть огромный выбор гостиниц и апартаментов. В любой желаемой ценовой категории.

M: — Сколько это стоит?

A: — Как я уже сказал, у нас есть, что предложить, практически на любую сумму…. начиная с € 40 за ночь в гостинице и заканчивая любой ценой, которую пожелаете заплатить. Перелет также стоит недорого, если забронировать билеты заранее. Мы разместили всю информацию на сайте для всех и каждого.

M: — Чем отличается ваше мероприятие от аналогичных в США?

A: — Ты уже об этом упоминал. Оно проходит в Европе. У крупных европейских веб-мастеров есть деньги на перелет в Северную Америку для ведения международного бизнеса там. Однако большая часть веб-мастеров в Европе – среднего размера, они все еще жаждут и хотят расти и изучать отрасль, они не могут себе позволить такие поездки в Северную Америку (пока). Для жаждущих веб-мастеров я сейчас создаю их первую европейскую платформу для превращения международного трафика в деньги.

M: — Звучит действительно интересно, Андреас. А Барселона, конечно же, хорошее место для воплощения.

A: — Определенно. Самые жаркие вечеринки в Европе проходят здесь. Легко добраться, не бьет по кошельку, а после бизнес-части я сам прослежу, чтобы каждый участник хорошо повеселился. Мы также будем рядом с пляжем, а средняя температура в июне +25 градусов. Бери с собой плавки!

M: — Большое спасибо тебе, Андреас! Хочешь еще что-нибудь добавить?

A: — Только одно: рынок призывает меня создать по-настоящему паневропейское событие. Я могу лишь ответить: «Вот оно!» Увидимся на «Саммите» 15-17 июня. Вы определенно не будете разочарованы.

Интервью давалось специально для журнала AWMOpen Magazine.

Real Bucks $

REAL-BUCKS.COM

Real-bucks.com - One step ahead!

Sites

35 Exclusive sites! Mature, Teen, Gay, Pregnant, Smoking, Hentai, Toons e.t.c.

Free promo content

3000+ FHGs, 7000+ free clips, 30000+ free pics, tons of descriptions, site reviews.

Tools

Free fast hosting, GS and AI gallery submitters, RSS feeds.

Prizes

Yamaha YZF600R, TV Sony KE-V42A10, Apple IBOOK 12 G4, Nokia 9300i, CANON EOS 350D, CarKit Bluetooth Nokia 810, APPLE iPod Video 60Gb, Money counter e.t.c.

Tribune

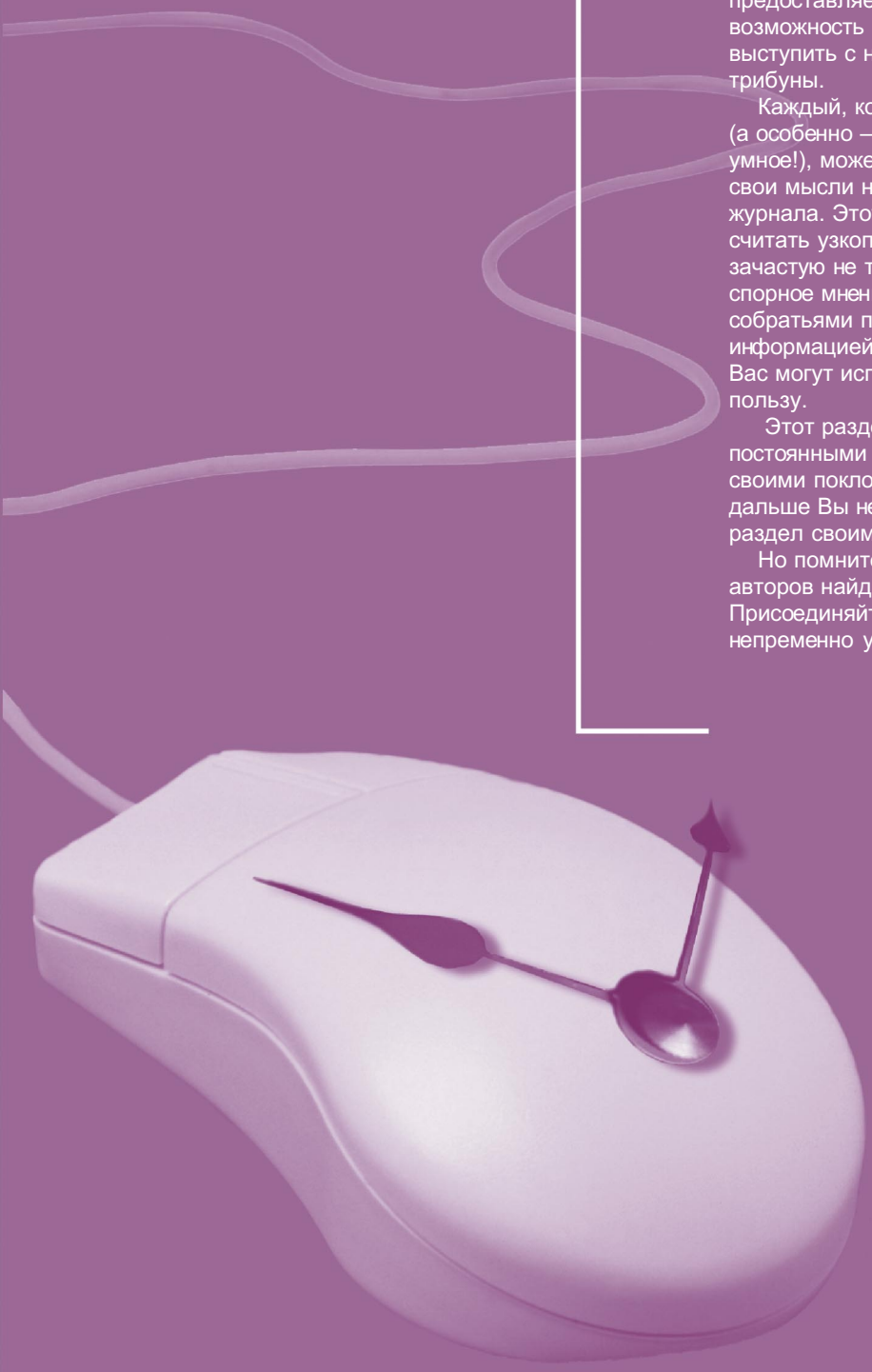
Глас народа

Право быть услышанным – это неотъемлемое и бесспорное право каждого человека, и веб-мастера здесь не исключение. Наш журнал не просто признает это право, но предоставляет реальную возможность жаждущим внимания выступить с нашей высокой трибуны.

Каждый, кому есть, что сказать (а особенно – сказать что-то умное!), может попытаться излить свои мысли на страницах нашего журнала. Этот раздел нельзя считать узкопрофильным – здесь зачастую не только высказывают спорное мнение, но и делятся с собратьями по цеху полезной информацией, которую многие из Вас могут использовать себе на пользу.

Этот раздел уже обзавелся как постоянными авторами, так и своими поклонниками. Надеемся, и дальше Вы не обделите этот раздел своим вниманием.

Но помните, что среди наших авторов найдется место и для Вас. Присоединяйте свой голос – и Вас непременно услышат!



Споры на тему того, необходимо ли составлять техническое задание к каждому интернет-проекту или нет, идут давно и, видимо, не прекратятся очень долго. Одни считают, что техническое задание – это бумагомарательство и пустая трата времени, другие без досконального и строго оформленного задания отказываются садиться за работу. Думаю, что истина, как часто бывает, где-то посередине.

Как написать техническое задание для **интернет-проекта**

Предлагаю поступить по-нашему, по-технарски - соберём в кучу, дадим чёткие определения, а затем разложим по полкам.

Техническое задание (ТЗ) – это исходный документ, определяющий порядок и условия проведения работ по договору, содержащий цель, задачи, принципы выполнения, ожидаемые результаты и сроки выполнения работ.

Техническое задание – начало начал любого инженерного проекта. Интернет-проекты сюда относятся в полной мере. Нравится вам это или нет, но техническое задание всегда сопровождает проект. Оно может быть у вас в голове, сформулировано заказчиком на словах либо существовать в письменном виде и даже с картинками. Так что вопрос стоит не в том, нужно ли ТЗ, а в том, стоит ли его записывать, и если да, то в каком виде.

Мы все интуитивно понимаем, какие задачи призвано решить ТЗ, но давайте сформулируем это абсолютно точно.

Техзадание решает две основных задачи:

Задача 1. Определяет рамки проекта, т. е. где проект начинается и, что важнее, где он заканчивается.

Задача 2. Контролирует (и формализует) общение членов команды и заказчика по проекту.

ТЗ содержит основные технические требования, предъявляемые к интернет-проекту, а также исходные данные для его разработки. В ТЗ указывается назначение объекта, область его применения, стадии разработки проектной документации, её состав, сроки исполнения и т. д., а также особые требования, обусловленные спецификой проекта. Как правило, ТЗ составляют на основе анализа результатов предварительных исследований, расчётов и моделирования.

Проект без ТЗ не имеет чётких границ, он расплывчатый и, что самое опасное, отличается в представлениях разных членов команды и заказчика. Такой проект можно разрабатывать бесконечно долго, так как не ясно, в каком месте он становится в статус «завершён», отсутствие чётких задач способствует повышению количества ошибок у разработчиков и разногласий у всех участников.

Участники процесса разработки интернет-проекта — это:

1. Заказчик.
2. Менеджер проекта.
3. Разработчики (программисты, дизайнеры, копирайтеры, контент-менеджеры).

Значит, именно для этих людей пишется техническое задание. Соответственно, оно должно отвечать на их вопросы и быть понятным каждому: и заказчику, и разработчику.

Заказчик должен из ТЗ, как минимум, понять:

· Какие задачи заказчика поможет решить интернет-проект.

·Для кого создаётся интернет-проект.

· Каким образом будут решены задачи заказчика и посетителей.

· Как, какими методами и с использованием каких технологий будет реализован проект.

· Что будет собой представлять проект после завершения разработки.

· Что необходимо для его (проекта) работы, поддержки и дальнейшего развития.

Разработчику из ТЗ должно быть понятно:

· Рамки проекта (т. е. что он собой представляет по сути).

· Структура проекта, особенности его интерфейса.

·Все функциональные элементы.

· Особенные технические моменты (если есть).

· Какие технологии, платформы, готовые решения и пр. должны использоваться при реализации проекта.

· Сроки, контрольные точки.

Что касается менеджера проекта, то учитывая, что как раз он и должен составлять ТЗ – оставим его, горемычного, в покое.

Не стоит забывать, что интернет-проекты очень разные.

Соответственно, и технические задания к ним отличаются друг от друга, а во многих случаях их даже не стоит оформлять документально.

Например, если веб-мастер-одиночка пополняет сеть очередным нишевым блогом, то было бы глупо представлять, как, прежде чем начать устанавливать WordPress, он начинает фиксировать свои намерения в письменном виде и составлять график работ.

Также многие команды, которые реализуют проекты методами «экстремального программирования»[1], оказываются очень эффективными и обходятся вообще без какой-либо проектной документации.

С другой стороны, ТЗ необходимо практически в любом случае, когда проект реализуется на заказ, а не для внутренних нужд компании. Исключениями являются лишь очень простые проекты либо проекты, которые реализуются по жёсткой схеме линейки продукта, разработанного заранее. Но и тогда рекомендуется использовать хотя бы техническую спецификацию под этот «линейный» продукт.

Интернет-проекты отличаются масштабом. Под маленькие и крупные проекты требуется писать разные технические задания. Более того, ТЗ и другую проектную документацию нужно составлять с учётом того, какой процесс разработки предполагается для этого проекта. Если разработчиков в команде всего трое и они давно успешно работают друг с другом, то техзадание может быть простым и, например, состоять всего ишь из нескольких схем и краткого их описания. В случае, когда разработкой проекта занимается 3 отдела, в каждом из которых по 10-20 человек, техническое задание должно представлять собой строгий формализованный набор документов, в полном объёме описывающих весь процесс разработки – от идеи до особенностей функциональных модулей.

В любом случае решение о том, составлять ли техническое задание, какое, насколько подробное и насколько формальное - остаётся за вами.

Как уже упоминалось выше, ТЗ может иметь различную структуру. Многие пункты из приводимого примера могут быть удалены за ненадобностью, некоторые добавятся. Мы рассмотрим классический вариант технического задания.

Структура ТЗ

1. Общая информация.
2. Рамки проекта.
3. Структура проекта.
4. Структура страниц (интерфейс).
5. Описание контента.
6. Функционал.
7. Роли пользователей.
8. Сценарии взаимодействия пользователей с проектом.
9. Требования к проекту.
10. Расчёт стоимости.
11. Сроки разработки.

1. Общая информация о проекте

В этом разделе мы описываем сам проект. Кратко, но со всех сторон. Часто сюда также вставляют и список терминов, но это не обязательно, и, кроме того, глоссарий отлично смотрится в приложениях.

Данный раздел обычно состоит из нескольких типичных подразделов:

· Назначение проекта (для чего будет использоваться проект).

· Цели и задачи проекта (описание конкретных целей и задач, которые проект должен решить в краткосрочной и долгосрочной перспективе).

· Целевая аудитория проекта. Информация в этом пункте часто оказывается определяющей для всего проекта. Oрения следует предусмотреть.

Примерные вопросы о целевой аудитории будут выглядеть так:

a) социальный уровень (профессия, социальный класс, доход);

b) возраст;

c) женский и мужской пол в процентном соотношении;

d) географическое положение аудитории.

После того, как мы уяснили примерную аудиторию сайта, разбиваем ее на группы и категории.

· Этапы реализации проекта (нужно описать заказчику, какие этапы будет проходить его проект до тех пор, пока не будет полностью завершён).

· Дополнительная информация (термины и определения, описание принципов разработки дизайна, составления программного кода, информация о заказчике и исполнителях).

2. Рамки проекта

Здесь предполагается размещение описания проекта в целом, рассказ о том, что он собой представляет по сути. Это простой, но очень важный пункт. Он быстро и в полной мере даёт понять разработчику, что он будет создавать, а заказчику помогает сформировать в сознании чёткую картинку будущего продукта. Рамки проекта часто составляются в виде сценариев работы пользователей с сайтом, описания общей функциональности и интеракции с интерфейсом.

3. Структура проекта

Это самый важный раздел для разработчиков. В большинстве случаев опытным специалистам достаточно лишь взглянуть на несколько схем из этого раздела, чтобы на 90 % понять, что и как надо делать, особенно если проект более-менее стандартный.

Структура проекта в этом разделе выполняется графической схемой, где каждый элемент – это отдельная страница интернет-ресурса, а линиями отображены их связи. Краткое текстовое описание схемы бывает нелишним, но чаще всего не требуется.

[1]Экстремальное программирование

Экстремальное программирование — одна из гибких методологий разработки программного обеспечения. Авторы методологии — Кент Бек, Уорд Каннингем, Мартин Фаулер и другие. В основе экстремального программирования лежат не конкретные методики, а лишь четыре базовых принципа: общение, простота, обратная связь и храбрость. Экстремальное программирование предлагает готовое решение: делайте все максимально просто, держите заказчика при себе или сами держитесь при заказчике, общайтесь, позвольте ему активно следить за процессом разработки, приветствуйте изменения.

GET THE INDUSTRY'S TOP TECHNOLOGY JOURNAL

IN DIGITAL FORM!

XBIZ WORLD
THE INDUSTRY SOURCE FOR THE DIGITAL MEDIA MARKET
JANUARY 2008 | WWW.XBIZ.COM

Happy Anniversary
PAYMENT PROCESSOR NETCASH SURPRISES THE INDUSTRY WITH GROWTH AFTER JUST ONE YEAR.
PAGE 26

$3.5B Expectations
REVENUES FOR THE MOBILE ADULT MARKET ARE PREDICTED TO REACH $3.5 BILLION BY THE YEAR 2011.
PAGE 12

YouTube Marketing
ADULT STARS LIKE NIKKI BENZ CAN NOW PROMOTE THEMSELVES IN HIGH-DEFINITION THROUGH YOUTUBE.
PAGE 54

BRIEFS

XBIZ HOLLYWOOD '08 SEMINAR LINEUP FINALIZED

HOLLYWOOD, Calif. — **XBIZ Hollywood '08 Industry Conference** organizers have announced the educational sessions for the annual trade event, which will take place Feb. 6-8 at the Hollywood Roosevelt Hotel.

This year's offerings will feature a diverse mix of large-scale seminars in the Blossom Room and more intimate technology showcases and workshops in the multimedia CineGrill Room.

Also featured is a first-ever speed-networking event, in which participants will interact with a different member of the industry every two minutes.

The full schedule is available at **XBIZHollywood.com**.

TMM ACQUIRES STAKE IN SEGREGATED PAYMENTS

FREEHOLD, N.J. — Affiliate software provider **Too Much Media** has acquired an equity stake in Cyprus-based **Segregated Payments Ltd.**, owner of **SegPay** third-party processing services, and will launch TMMSegPay in February.

"The NATS solution we will be providing to merchants will be a fully featured, up-to-date NATS system," Too Much Media co-founder **Charles Berrebbi** said.

QUICK TAKES 8
BUSINESS WATCH 16
ON THE MOVE 36
LEGAL REALITY 40
TECH DEPT. 50
GLBT CENTRAL 60
WORLD REPORT 68
TALKBACK 104
WIA 106
IN MY OPINION 108
ON THE SCENE 118

COMPANY PROFILE

TRI-TECH KEEPS ON TRUCKIN'

BY JOHN STUART

The year was 1995. The Internet was still a vast, unexplored frontier.

Three young men — two of whom worked in the construction business — decided to take a shot at the new technology by starting a website that offered live strippers. Two of the partners, David Dginger, aka CyberAge Davo, and Jack G., set up the operation in their two-bedroom rented house, where they spent 12-14 hours a day trying to get it up and running.

When the partners noticed that many webmasters were starting their own age verification services (AVS), they decided to create one of their own. They called it AgeCheck.com. It soon became the model for AVS.

SEE **TRITECH**, PAGE 100

INDUSTRY ANALYSIS

special issue on CONVERGENCE

LINES BETWEEN INDUSTRY SECTORS ARE BLURRING, BUT ADD MAINSTREAM COMPONENTS LIKE THE MUSIC INDUSTRY AND THIS HISTORIC CONVERGENCE GETS RATHER INTERESTING. PAGE 71

PENTHOUSE BETS ON AFF IN ACQUISITION

Deal Said to Be Worth $500M in Cash, Securities

BOCA RATON, Fla. — The rumor that would not go away has turned out to be true.

Penthouse Media Group Inc. announced last month that it has purchased Various Inc., the Internet social networking behemoth that owns Adult Friend Finder, in a deal that is worth $500 million in cash and securities.

'Compliance Monitoring'
Adult Friend Finder settles with the FTC over pop-up advertising complaint. PAGE 90

SEE **PENTHOUSE**, PAGE 90

Vivid Files Copyright Suit Against AEBN

LOS ANGELES — Vivid Entertainment Group has filed suit against AEBN, alleging PornoTube .com and parent company Data Conversions Inc. are generating profits from unlawfully posted copyrighted material.

The suit, filed by Vivid in U.S. District Court in Los Angeles, alleges that the defendants have through its users allowed pirated material to be posted on the site. Vivid's lawsuit claims copyright infringement, misappropriation of the right of publicity and unfair business practices.

Vivid has identified 30 of its movies allegedly posted unlawfully onto PornoTube.com. The adult entertainment giant is seeking $150,000 per infringed work — the maximum

SEE **AEBN** PAGE 110

JESSE JANE, KEVIN BLATT TO HOST 2008 XBIZ AWARDS

HOLLYWOOD, Calif. — Digital Playground contract star Jesse Jane and adult industry personality Kevin "KB" Blatt are set to co-host the 2008 XBIZ Awards taking place Feb. 7 at the Highlands in Hollywood.

The 6th annual awards ceremony will once again anchor the XBIZ

Jesse Jane

SEE **XBIZ**, PAGE 110

True Pimps ... 20
CHERRYPIMPS EXPANDS PORTFOLIO WITH PURCHASE OF TRUECASH WEBSITES, MEMBERS.

Hustler Revamps ... 30
HUSTLERCASH RELAUNCHES BIG-BOOB WEBSITE BUSTYBEAUTIES.COM.

Floating on Air ... 50
ADOBE USHERS IN NEW TECHNOLOGY FOR WEB DEVELOPERS, ADOBE AIR.

XBIZ WORLD™ | Digital Edition

From Afghanistan to Zimbabwe, the digital edition of adult industry's definitive technology journal is accessible from anywhere in the world. Access digital editions online or download for offline viewing. Vital analysis of emerging technologies and trends in digital media has never been so accessible!

To access digital editions go to:
http://xbiz.com/digital

XBIZ THE INDUSTRY SOURCE

4. Структура страниц (интерфейс, layout)

В данном разделе расположены описание и графическая схема всех шаблонов страниц ресурса – наличие и расположение информационных контентных блоков, функциональных элементов и элементов навигации. Это необходимая информация для дизайнера, верстальщика, специалиста по юзабилити.

5. Описание контента

Здесь для каждой страницы ресурса (для каждого квадратика в схеме структуры проекта) описано её содержание: что располагается на странице, какие функциональные элементы, какой контент и т. п.

Эта часть технического задания может быть весьма трудоёмкой, а значит, дорогостоящей для заказчика. Это надо учитывать.

6. Функционал

Для интернет-ресурсов со значительной частью программных работ (сервисы, магазины и т. п.) этот раздел является одним из ключевых, требует внимания и подробностей.

Здесь должны быть описаны: общая система, общие функциональности подсистем и модулей, взаимосвязь подсистем и модулей между собой и, наконец, перечисление всех функций модулей с более или менее подробным описанием их работы. Для каждого модуля должны быть расписаны объекты, которые создаются или используются в работе программы.

Бывает полезно отрисовать структуру базы данных, алгоритмы работы и т. п., но эта часть работы не является обязательной, так как, скорее всего, разработчики всё равно это будут менять. Многие считают, что функционал достаточно описать лишь поверхностно. Часто это так, но лишней детализации никогда не бывает, так что, если время и бюджет позволяют, – детализируйте: поможет решить много спорных ситуаций при разработке.

С другой стороны, например, для проектов, которые базируются на готовом продукте, скажем, на какой-либо Content Management System, функционал как раз достаточно описать поверхностно.

7. Роли пользователей

Здесь располагается перечень возможных пользователей интернет-проекта, описание их возможностей и прав доступа. Удобно, когда этот раздел содержит таблицу, как в примере ниже:

	Просмотр страниц	Зона клиентов	Зона администратора	Форум (постинг)	Форум (модерация)
Пользователь	да	нет	нет	нет	нет
Авторизованный пользователь	да	да	нет	да	нет
Администратор	да	да	да	да	да

8. Сценарии взаимодействия пользователей с проектом

Под сценариями взаимодействия пользователей с проектом подразумеваются рассказы, в которых разработчики становятся на место посетителя сайта и описывают свои действия.

Общий рецепт и инструкцию по написанию сценариев пользователей написать невозможно, ведь все зависит от практики их составления и, конечно, от типа и задач ресурса.

Хорошие, проработанные сценарии могут дать полное представление о структуре сайта и о его функциональности.

9. Требования к проекту

Для того, чтобы интернет-ресурс работал, рос и развивался, следует выполнять целый ряд требований:

- технические требования к аппаратному обеспечению;
- технические требования к программному обеспечению;
- требования к надёжности систем;
- требования к безопасности и защите от атак;
- требования к защите информации от несанкционированного доступа;
- требования к персоналу и др.

Все требования надо перечислить и чётко сформулировать. В особенности технические.

10. Расчёт стоимости

Существует множество методик подсчёта стоимости разработки интернет-ресурса, и им нужно посвятить отдельную большую статью. Здесь укажем лишь кратко. Для интернет-проектов применимы основные методики ценообразования: по себестоимости разработки, по потребительской способности, смешанная (комбинированная). Самая популярная – последняя. Совместно с тимлидом (или ведущим разработчиком) при планировании работ оцениваем время, которое будет затрачено на каждый этап, умножаем на стоимость человекочаса, получаем себестоимость. Далее учитываем добавочную

стоимость, а также щедрость/возможности клиента и получаем стоимость.

11. Сроки разработки

Для оценки сроков разработки недостаточно подсчитать количество трудо-часов для каждого из этапов разработки. Необходимо составить таблицу, где будет учтено и наглядно видно, части каких этапов и в какой степени могут выполняться параллельно друг другу. Эта таблица также составляется при содействии тимлида и технических специалистов.

В техническое задание, в зависимости от особенностей проекта, также часто включают и другие пункты. Например, анализ конкурентных проектов, эскиз страниц и шаблонов, описание применяемых популярных технологий и пр.

Анализ конкурентных проектов сводится к нескольким целям: избежать повторений в дизайнерских решениях, выяснить особенности проектов, возможно, позаимствовать какие-либо удачные идеи и решения.

Эскизы страниц – это более детально прорисованные шаблоны интерфейса, которые мы рассматривали в пункте 4. Добавляем подробности, элементы дизайна и функционала, некоторые тексты, логотипы и т. п. Наглядность и условность эскиза помогает избежать многих ошибок и затруднений при детальной обрисовке деталей дизайна.

Описание технологий бывает полезно для заказчика. Например, если на страницах ресурса планируется использовать трансляции RSS-фидов, то для несведущих клиентов можно расписать, что это такое, какие есть особенности и преимущества.

Давайте теперь рассмотрим как выглядит техническое задание на примере

MULTITELECOM.COM.

Содержание

1. Назначение проекта 77
2. Цели создания и задачи, которые должен решить проект 77
3. Целевая аудитория проекта 78
4. Этапы реализации проекта 78
5. Принципы разработки дизайна проекта 78
6. Рамки проекта 78
Общий концепт 78
Пользовательская часть 78
Административная часть 78
7. Архитектура проекта 80
8. Интерфейс страниц проекта 80
9. Описание контента страниц сайта 81
10. Описание функциональности сайта 81
11. Система управления (CMS) 82
12. Требования к проекту 82
Технические 82
Требования к персоналу 82
13. Состав группы разработки 82
14. Таблица расчёта стоимости работ 82

1. Назначение проекта

Создание интернет-сайта с целью формирования возможностей по привлечению новых клиентов и партнёров, демонстрации ассортимента каталога, предоставление набора возможностей для получения информации по всем товарам и услугам.

2. Цели создания и задачи, которые должен решить проект

В краткосрочной перспективе цель сайта – проинформировать нового пользователя о существовании компании заказчика, её возможностях, создать положительный образ, предоставить возможность ознакомиться со всем перечнем товаров и услуг компании. Для активных клиентов компании, помимо вышеперечисленного, сайт предоставляет возможность получить доступ к тематической информации и документации, следить за изменениями товарных позиций в каталоге и ценами.

В долгосрочной перспективе цель сайта – создание постоянной активной аудитории, которая при помощи сайта пользуется услугами компании (совершает покупки), использует информационное наполнение сайта и его коммуникационные возможности (форумы, блоги и пр.)

3. Целевая аудитория проекта

Целевая аудитория сайта представляет собой следующие группы:

1 — потенциальные и текущие клиенты;

2 — партнёры и поставщики компании;

3 — конкуренты;

4 — специалисты, ищущие тематические сведения и документацию.

Общее описание аудитории:

· преимущественно технические специалисты и менеджеры по закупкам (но также директора компаний и топ-менеджмент);

· средний уровень дохода;

· возраст от 20 до 60 лет;

· преимущественно мужского пола (более 60 %);

· русскоязычные, проживающие на территории РФ.

4. Этапы реализации проекта

1. Постановка задачи, разработка технического задания:

· определение целей и задач проекта;

· разработка и утверждение архитектуры, структуры и функциональности проекта.

2. Разработка и утверждение дизайна проекта.

3. Разработка технических составляющих проекта.

4. Утверждение первичной версии проекта.

5. Текущие корректировки и разработка финальной версии проекта.

6. Утверждение и передача финальной версии проекта.

5. Принципы разработки дизайна проекта

Разрабатывается 2 оригинальных дизайна, каждый из которых представляется в виде графического изображения главной страницы интернет-сайта.

После того, как вариант будет одобрен заказчиком, концепт дизайна дорабатывается и детализуется до требуемых пределов.

Разработка концепции дизайна тщательно спланирована и продумана для создания логичной и прозрачной для пользователя навигации по сайту. Интерфейс удобен, прост и понятен пользователю.

Хорошее юзабилити позволит чётко сориентировать и направить пользователя в нужный раздел в зависимости от потребностей его самого и целей заказчика интернет-сайта.

В графическом исполнении сайта используются стилистические решения, которые учитывают все пожелания заказчика, а также требования современного рынка.

Разработка дизайна происходит на основании задачи, поставленной заказчиком, опросного листа (брифа) и схематичного макета страницы сайта, утверждаемого заказчиком перед началом работ по дизайну.

6. Рамки проекта

Общий концепт

Интернет-проект представляет собой сайт, который состоит из 11 основных разделов:

1. Главная страница (новости, краткая информация о компании, отзывы).

2. Товары (общее описание продукции, динамический каталог, рубрикатор, поиск):

2.1. конфигуратор цен (инструмент для подсчёта цен некоторых комплексных товарных позиций);

2.2. сопутствующее оборудование (список сопутствующего оборудования);

2.3. программное обеспечение.

3. Готовые решения (информация о готовых решениях).

4. Информация (документация, руководства, ПО и другие файлы, необходимые клиентам и специалистам):

4.1. статьи;
4.2. FAQ;
4.3. сертификаты;
4.4. награды;
4.5. схемы;
4.6. презентации;
4.7. руководства.

5. Контакты (контактная информация компании, телефоны, схема проезда, форма обратной связи):

5.1. наши контакты;
5.2. задать вопрос;
5.3. дилеры;
5.4. представительства;
5.5. сертифицированные специалисты;
5.6. сервисные центры.

6. Для дилеров (регистрация/авторизация, закрытая зона).

7. Рассылка новостей (форма подписки/отписки от рассылки).

8. Где купить (список филиалов, представительств и дилеров).

9. Поддержка (контакты специалистов и сервисных центров, софт, документация):

9.1. сервисные центры;

9.2. сертифицированные специалисты;

9.3. ПО, руководства;

9.4. музыка;

9.5. сертификаты.

10. Вакансии (информация о вакансиях компании).

11. Форум.

Пользовательская часть

Открыв сайт, пользователь имеет возможность получить интересующую его информацию о компании из соответствующих разделов сайта при помощи каталога, найти интересующий его товар, получить информацию о нём, при помощи формы обратной связи отправить заявку о его приобретении или обратиться с дополнительными вопросами. При помощи инструмента «конфигуратор цен» пользователь может выяснить точную цену на определённую модификацию товара, а также связаться с представителями компании.

В файловом архиве пользователь может скачать напрямую нужные ему файлы. На форуме сайта он может получить интересующую его информацию и/или, пройдя регистрацию, задать вопросы и принять участие в обсуждении.

Административная часть

Весь контент и большая часть функционала сайта управляется администратором с использованием возможности SUPER.CMS.

Все аспекты использования SUPER.CMS подробно описаны в Руководстве Пользователя, которое доступно онлайн - http://super-cms.com/.

Cybernet EXPO 2009

www.cybernetexpo.com

June 25-27, 2009

San Francisco

- Highly Informative Seminars
- Networking: Close Deals, Make Money
- Exclusive Industry Only Parties
- Affordable Venue Means Better ROI

CONTACT INFO

Name .....*Jay Kopita*
Email .....*jay@ynot.com*
ICQ *92418228*
Phone .....*(512) 388-1728*

SPONSORS

Eric M. Bernstein & Associates, LLC. Attorneys at Law

www.adultpaymaster.com AdultPayMaster

X-DIGG "Make your X-VOTE Count"

Alternative Merchant Processing, Inc.

datinggold www.datinggold.com

FTV|CASH

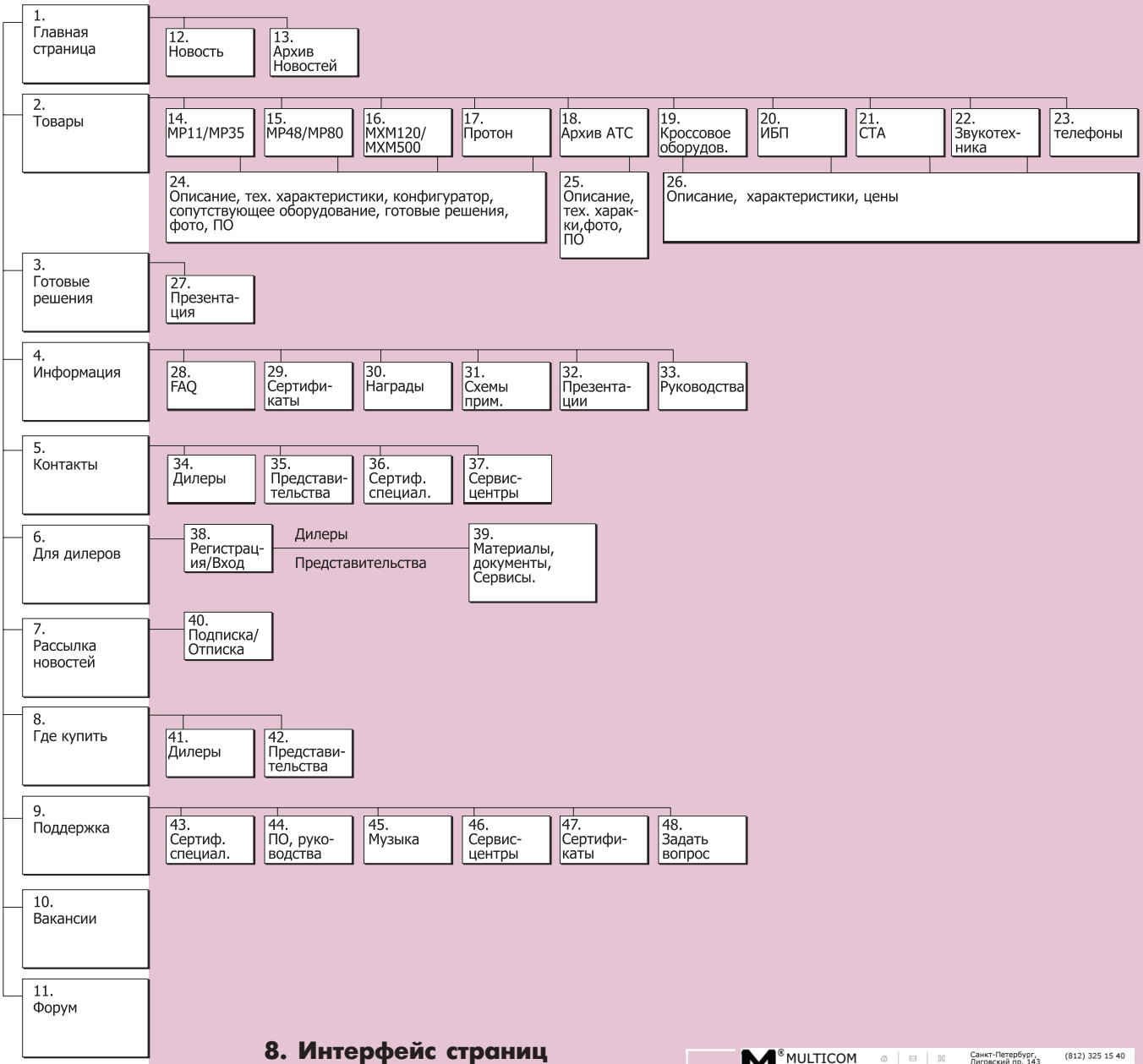
HD PAYS www.hdpays.com

HotMovies.com

VISIT PENTHOUSE PET SHAY LAREN, THE OFFICIAL MODEL OF CYBERNET EXPO, AT WWW.SHAYLAREN.COM

7. Архитектура проекта

Структура сайта состоит из 10 основных страниц и набора второстепенных, а также отдельного функционального блока – форума. Карта структуры сайта представлена ниже.



8. Интерфейс страниц проекта

Для сайта существует один тип страницы. Для функционального блока «Форум» интерфейсы страниц рассматриваются отдельно.

Описание элементов интерфейса:

1. Header. Шапка страницы. Имеет визуальное отличие от других элементов интерфейса. Содержит логотип сайта (компании) и слоган.

2. Main menu. Основное меню сайта, для определённых его пунктов предусмотрено подчинённое меню. Осуществляет навигацию по основным разделам сайта. Ниже – форма поиска по сайту.

3. Main Content. Блок основного содержания страницы. Включает в себя заголовок страницы с тематической иконкой. И ниже основную контентную область.

4. Footer. Имеет визуальное отличие от других элементов интерфейса, сходное с Header. Содержит информацию об авторских правах, элемент навигации, контактные данные компании.

9. Описание контента страниц сайта

1. Главная страница

Текст о компании, лента новостей со ссылками на основной текст новости, отзывы о компании, ссылка на архив новостей.

2. Товары

Описание достоинств товаров, каталог основной продукции (фото, описание, ссылка на позицию в каталоге).

Подменю: [согласно схеме структуры].

3. Готовые решения

Описание преимуществ готовых решений. Каталог пакетов готовых решений (фото, описание, ссылка на страницу с подробным описанием).

4. Информация

Описание подразделов.

Подменю: [согласно схеме структуры].

5. Контакты

Контактная информация компании. Схема проезда, форма обратной связи.

Подменю: [согласно схеме структуры].

6. Для дилеров

Информация о преимуществах и возможностях партнёрства. Форма авторизации (вход на стр. 39), ссылка на форму регистрации.

7. Рассылка новостей

Информация о рассылке. Форма подписки на рассылку новостей. Форма удаления адреса из списка рассылки.

8. Где купить

Список дилеров и представительств.

Подменю: [согласно схеме структуры].

9. Поддержка

Информация об условиях получения поддержки.

Подменю: [согласно схеме структуры].

10. Вакансии

Список и описание вакансий компании.

11. Форум

Форум. Ссылка на старый форум.

10. Описание функциональности сайта

Структурно сайт состоит из разделов и страниц. Страница находится под уникальным адресом (URL) в пределах доменного имени сайта, содержит информацию (текстовую, графическую, видео и др.) и оформлена в соответствии с дизайном сайта. Раздел – это директория, которая содержит в себе одну или несколько страниц. Каждый раздел может иметь несколько подразделов. В наименовании разделов и страниц необходимо соблюдать аккуратность, они должны быть чёткими и понятными для пользователей.

Структура сайта может быть расширена практически без ограничений. Система управления даёт широкие возможности по изменению сайта, однако администратору рекомендуется придерживаться утвержденной структуры, так как она может иметь разумные ограничения по построению навигационных элементов.

Оформление сайта строится на основе разработанной типовой страницы, которая содержит все необходимые элементы дизайна.

Создание и редактирование страниц, которые содержат информацию и не требуют специальных инструментов для редактирования, происходит из **системы управления сайтом** при помощи редактора. Этот редактор не требует специальной подготовки и ориентирован на конечного пользователя.

Форма обратной связи представляет собой web-форму, позволяющую посетителю сайта отправить сообщение менеджеру компании-заказчика без использования почтовых программ и e-mail аккаунта. Администратор может создавать неограниченное количество страниц с формами обратной связи и для каждой из них создавать темы, по которым пользователь желает обратиться.

Новости и другие **публикационные ленты** позволяют создавать разделы для публикации материалов и размещать их на сайте в структурированном виде. Они могут содержать название, анонс, текстовую информацию, картинки, быть привязаны к определённой дате и оформлены в соответствии с дизайном сайта.

Каталог товаров (услуг), управляемый на всех уровнях, может быть стандартным, предусмотренным системой управления сайтом либо разрабатывается индивидуально, если этого требуют особенности информации, планируемой для размещения в каталоге.

Каталог может быть построен разными способами, которые зависят от задач, иметь различную структуру и классификацию.

Администратор сайта имеет возможность расширять каталог, создавать новые категории и дополнительные каталоги. Возможна синхронизация каталога с другими базами данных (например, 1С) с использованием XML или другими способами.

Технически каталог представляет собой базу данных, в которой хранится вся информация по продуктам, сопряжённая с фронтэндом, через который происходит управление и использование каталога.

Форма поиска по сайту может располагаться на любой странице и в любом месте страницы, но администратору рекомендуется придерживаться утвержденной концепции интерфейса. Во время использования поиска по сайту активизируется поисковый механизм системы управления сайтом, который отбирает из заранее проиндексированных страниц те, которые соответствуют критериям поиска, и формирует страницу выдачи результатов. Эта страница также оформлена в соответствии со стилем сайта.

Сайт заказчика содержит следующие функциональные элементы:

1. Ленту новостей.
2. Поиск по сайту.
3. Карту сайта.
4. Каталог товаров.
5. Конфигуратор цен. Реализован на javascript.
6. Форму заказа и форму обратной связи.
7. Функционал авторизации/регистрации пользователей. Внутреннюю зону с информационным контентом с разграничением прав доступа (2 вида пользователей: дилер и представительство).
8. Интерактивную карту РФ с указанием месторасположения дилеров.
9. Синхронизацию зарегистрированных пользователей сайта с пользователями форума.
10. Весь функционал по управлению сайтом UMI.CMS business.
11. Форум (собственный дизайн, разграничение прав и доступа, категория пользователей).

11. Система управления (CMS)

Настоящий документ составлен с учётом функционала системы управления SUPER.CMS. Аналогичная функциональность может быть полностью реализована также на основе CMS MEGA.CMS.

12. Требования к проекту

Технические

· Apache с установленным mod_rewrite или nginx + php-fastcgi (скачать примерный конфигурационный файл для nginx). При использовании nginx для кэширования данных мы рекомендуем устанавливать модуль mod_realip для Apache версии 1.x или mod_rpaf для Apache версии 2.x.

· PHP 5.0.4 и выше, кроме PHP 5.2.0.

· На PHP не должен быть установлен патч Suhosin Patch.

· Библиотеки zLib, GD, libxml, mb_string, iconv, xsl.

· MySQL версии не ниже 4.1 с InnoDB.

· Zend Optimizer (не использовать Zend Optimizer версии 3.2.0) - для линейки SOHO и подарочных лицензий.

· В настройках PHP должно быть установлено следующее значение параметра allow_call_time_pass_reference=On, а так же zend.ze1_compatibility_mode=Off.

· В настройках Apache должна быть включена директива AllowOverride со значением «All» или «Options FileInfo AuthConfig», и при этом директива AccessFileName имеет значение .htaccess.

· В настройках PHP объем памяти, выделяемой на выполнение скриптов (параметр memory_limit), должен составлять не меньше 16 Мб.

Требования к персоналу

Для управления сайтом сотруднику заказчика потребуются базовые навыки владения компьютером: Internet Explorer (либо другой браузер), навыки пользования офисными приложениями.

13. Состав группы разработки

Менеджер проекта	1 человек	Юзабилити-тестировщик	1 человек
Дизайнер	2 человека	Тест-инженер	1 человек
Верстальщик	1 человек	Контент-менеджер	2 человека
Оптимизатор (SEO)	2 человека	Системный администратор	1 человек
Разработчик	2 человека		

14. Таблица расчёта стоимости работ

Наименования работ	т. часы	Специалисты	Стоимость
Сбор требований	6	менеджер проекта	
Определение целей и задач	6	менеджер проекта	
Разработка архитектуры, структуры, функционала	32	менеджер проекта, разработчик	
Разработка дизайна	24	дизайнер	
Вёрстка страниц	16	верстальщик	
Установка среды для разработки	8	системный администратор	
Установка и сборка системы управления сайтом	8	разработчик	
Интеграция шаблонов дизайна	16	разработчик, верстальщик	
Подключение и настройка модулей системы	16	разработчик	
Наполнение и перенос контента	80	контент-менеджер, разработчик, верстальщик	
Подготовка сайта к поисковому продвижению в Российских и Западных поисковых машинах	16	SEO-специалист	
Комплексное тестирование	32	юзабилити-тестер, тест-инженер	
Перенос системы с тестовой среды на рабочую	8	системный администратор	
Перенос базы данных с тестовой среды на рабочую	8	системный администратор	
Финальное тестирование	24	юзабилити-тестер, тест-инженер	
Итого:	300		

Дополнительные работы:

Наименования работ	т. часы	Специалисты	Стоимость
Разработка интерактивной карты	24	дизайнер, верстальщик, разработчик	
Интеграция интерактивной карты	16	верстальщик, разработчик	
Разработка синхронизации пользователей форума и сайта	24	разработчик	
Установка и настройка внутренней зоны сайта	24	разработчик	
Итого:	152		

Стоимость системы управления сайтом включена в стоимость работ.

Работоспособность сайта гарантируется. Возникшие по нашей вине ошибки устраняются за наш счёт.

В заключение хочу добавить: грамотно разработанное техническое задание сокращает сроки и стоимость разработки вашего проекта. Чем подробнее и четче будет составлено техническое задание, тем быстрее ваш проект будет завершен и готов к работе.

ALLY
Professional Support Service
ally.support@gmail.com
ICQ: 346165514

CYPROPERTIES.ru

Наша компания впервые появилась на рынке недвижимости в 1993 году.
Год за годом мы собирали информацию о недвижимости кипра, приобретали опыт работы с клиентами и успешно применяли свои знания на практике. Каждый наш клиент неизменно оставался и остается доволен результатом.
На данный момент мы с уверенностью можем заявить: наша компания является наиболее успешной и одной из самых квалифицированных на рынке недвижимости Кипра.

www.cyproperties.ru

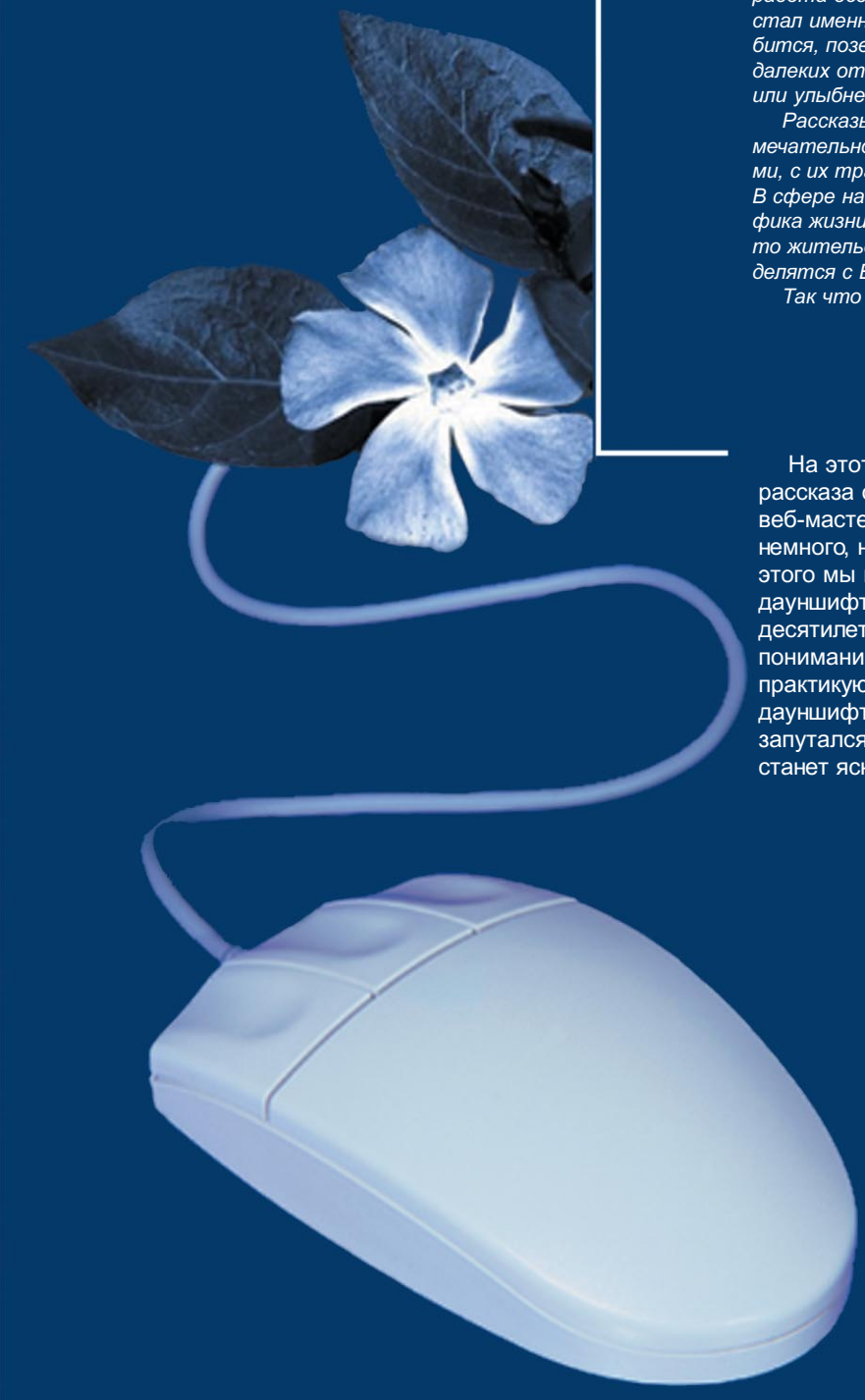
RELAX

Хороший отдых - это половина работы

Хороший отдых, это половина работы – эта старая английская поговорка как нельзя лучше отражает тематику данного раздела. Разве кто-то станет спорить с тем, что невозможна плодотворная работа без полноценного отдыха? Мы хотим, чтобы этот раздел стал именно тем местом, где наш читатель по-настоящему расслабится, позволит себе подумать о вещах столь же приятных, сколь и далеких от бизнеса, да и просто насладится увлекательной историей или улыбнется удачной шутке.

Рассказы о разных городах и странах с их уникальными достопримечательностями, архитектурными и историческими особенностями, с их традициями – нет, мы не будем рассказывать только об том. В сфере нашего внимания – менталитет местных жителей, специфика жизни и отдыха, возможности для переезда на постоянное место жительства и самое главное – бесценный личный опыт, которым делятся с Вами уже побывавшие там веб-мастера.

Так что вперед, дорогие читатели. И хорошего Вам релакса!



На этот раз мы отошли от уже привычной публикации рассказа о какой-либо конкретной стране, в которой рядовому веб-мастеру жить хорошо. Стран таких, как оказалось, совсем и немного, несмотря на необъятность окружающего мира. Вместо этого мы предлагаем вам интереснейший материал о дауншифтинге, который так популярен в последнее десятилетие. Точнее, не о дауншифтинге в классическом его понимании, а о частном случае дауншифтинга, практикующегося в веб-мастерской среде. Точнее, совсем не о дауншифтинге, а о, так сказать, геокоррекции … Запутал вас и запутался сам… ну, это не страшно — прочитаем статью, и все станет ясно ;)

Ещё несколько лет назад мы, затаив дыхание, читали рассказы о жизни наших коллег в далёких, покрытых дымкой экзотики, странах — Эквадоре, Мексике, Таиланде, на Кипре. Коллеги представлялись нам эдакими полубогами, урвавшими свой кусочек счастья: обязательный домик, колоритные профили пальм на фотографиях, дразнящие фразы на форумах и в аське типа «Я иду купаться, а вы что собираетесь делать?» А мы, в нашем Мухосранске, грустно смотрели на залежи снега из окна квартиры на седьмом этаже двенадцатиэтажки.

Дауншифтинг? **Нет!** Геокоррекция!

В последнее время романтический ореол такого способа проживания поблек. Переезд в экзотические страны перестал быть престижным, теперь туда едут все, кому не лень, переезжающих обзывают дауншифтерами, а иногда, для простоты, и вовсе — дунами. Обидно, да?

Попробуем разобраться в ситуации и понять, что такое дауншифтинг. Кто такие «дауны». Дауншифтеры ли мы, веб-мастера. Зачем и куда сейчас стоит переезжать вебмастеру.

На самом деле дауншифтинг — это...

Процитирую несколько строк из статьи «Дауншифтинг» на «Википедии»: «В классическом понимании дауншифтинг — это всегда *выбор* между *доходами* и стрессами и душевным *комфортом* за меньшее вознаграждение. Обычно, уходя из бизнеса или со стрессовой работы, люди преследуют такие цели, как получение большего количества времени на увлечения или на семью».

Обратите внимание — в самом определении заложено противопоставление денег и комфорта. Либо ты их зарабатываешь и живёшь плохо, либо живёшь хорошо, но без них.

«Дауншифтерами называют людей, которые сознательно отказываются от солидной должности и высокой зарплаты в пользу домашних вечеров, работы-хобби, субботы на дачных грядках или эмиграции в Гоа. Таких людей еще называют эскапистами, от анг-

лийского escape — „бегство“».

Действительно, фразы «Ты убегаешь от реальности», «Ты предаёшь страну» часто встречаются в обсуждениях эмиграции на веб-мастерских форумах.

«Очевидны идеологические параллели с культурой *хиппи*, философией *ньюэйдж*, *буддизмом*».

Однако я прошу задуматься — что общего может быть у преуспевающего веб-мастера, рабочее место которого доступно в любой точке Земли, с затюканным менеджером, отказавшимся от зарплаты в 5000 $ ради ежедневного перетаскивания 12-литровых баллонов с воздухом и вечерней порции травки где-нибудь в Египте? Или с анастасиевцем, бросившим пост коммерческого директора компании и ушедшим в тайгу — питаться подножным кормом? Я вас уверяю, наш брат, веб-мастер, живёт на чужбине не в соломенном домике и питается не бананами с дерева. И сайты-генераторы денег он не удалил, максимум — законсервировал, но это от хорошей жизни, кому хочется работать, когда вокруг можно делать столько интересного!

Хорошо, выяснили, мы — не дауншифтеры, так кто же мы? Некоторые предлагают термин «апшифтинг», эдакий антоним дауншифтинга. Кое-кто выдумал даже пафосное слово «сайдшифтинг». Однако все эти «шифтинги» касаются, прежде всего, смены *деловой* деятельности. В *деловом* смысле при переезде мы ничего нового не получаем, во всяком случае, чаще всего переезжаем мы не ради расширения бизнеса. На мой взгляд, здесь более уместен термин «геокоррекция» — изменение географического положения ради улучшения качества жизни.

Зачем вообще думать о геокоррекции?

Так какие же недостатки нашего географического положения мы можем исправить при переезде?

Климат

На самом деле, это одна из основных причин, определяющих, хорошо ли жить (с деньгами, конечно) в той или иной стране. Рекомендую если не прочитать, то хотя бы ознакомиться с книгой Андрея Петровича Паршева «Почему Россия не Америка». Книга получила кучу негативной критики, однако факт остаётся фактом — из-за тяжёлого климата народ у нас жёсткий, стены в домах толстые, а одежда тёплая.

Некуда тратить деньги

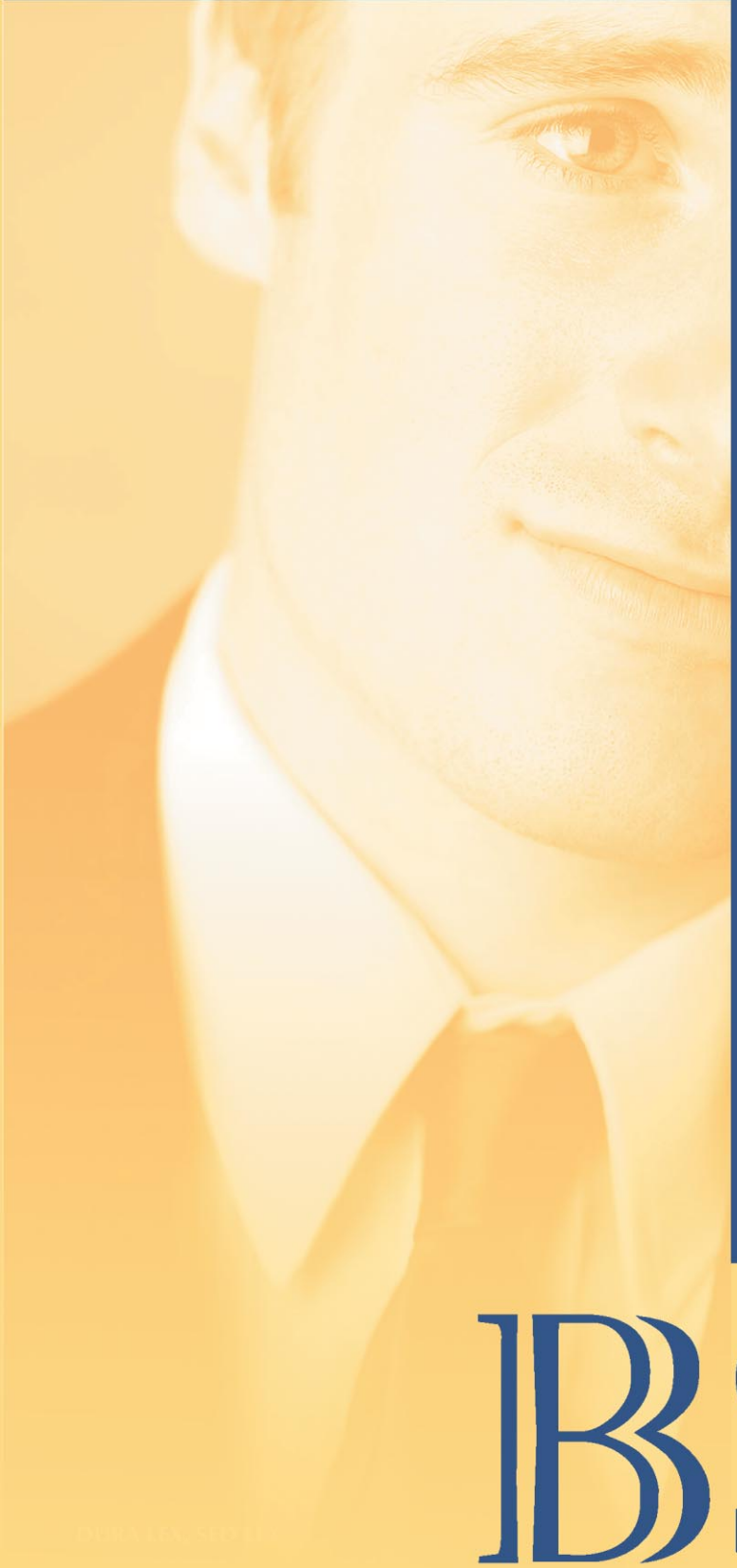
Несмотря на то, что сейчас в странах бывшего СССР капиталистический строй, в основе которого лежат товарно-денежные отношения, 70 лет социализма дают о себе знать: хотеть и использовать деньги люди не привыкли, поэтому настоящего капитализма пока не получается. Организации не готовы обслужить средний класс. Пролетарии не готовы наблюдать, как средний класс открыто тратит заработанные деньги.

Зачем платить много, если можно платить меньше???

Забудьте празднословие и философию, нарисуйте элементарную табличку с двумя колонками: «Сколько это стоит здесь» и «Сколько это стоит *там*». Табличка окажется очень наглядной. Например, зачем платить 2000 $ за аренду двухкомнатной квартиры, если можно снимать дом с садом за 500 $?

Личная безопасность

Возите монтировку в машине, а в кармане у вас лежит пистолет с резиновыми пулями? Если вы не любитель спорта под названием «выживание в экстремальных условиях», то вам пора задуматься о смене места жительства. Кстати, возвращаясь к менталитету и отношению к деньгам, есть отличная украинская пословица, описывающая ситуацию: «И сам не ам, и другим не дам».



DOING BUSINESS IN EUROPE?

BlauStein Business Lawyers

Company Formation Worldwide
International Tax Consulting & Planning
Accountancy
Business Support
Immigration to The Neteherlands
Property & Investment
Merchant & Bank Accounts

BS®

BlauStein Law Office
The Netherlands

Phone: +31 334 700 750
E-Mail: info@blaustein.nl
Internet: www.BlauStein.nl

Мы говорим по-русски!

Религиозные, духовные причины. Большее соответствие обществу другой страны

Как это ни странно, многие люди обнаруживают, что родились совсем не там, где должны были. Не знаю, чем это можно объяснить — предыдущей ли жизнью или памятью предков, однако подобные несчастные просто не могут вписаться в местную мораль, темперамент, менталитет. Среди нашего брата, веб-мастера, эта проблема встречается ещё чаще: отсутствие единомышленников, здравомыслящих и активных людей делает жизнь скучной. Родственники и друзья, вечно жалующиеся на сложную жизнь, на постоянные «головняки», угнетают.

Родителей, как говорится, не выбирают, не выбирают и Родину. А вот переехать туда, где ты будешь ощущать духовный комфорт и гармонию, — вполне можно.

Кризис

Только ленивый журналист не пишет сейчас хотя бы пару слов о кризисе, сделаю это и я. Для кого-то все вышеназванные причины неубедительны. «Буду жить там, где живу, и всё тут!» Однако в эпоху финансового кризиса речь идёт не о каком-то там комфорте для убегающих слабаков, речь идёт о том, чтобы затянуть потуже пояса, т. к. доходы падают, сбережения исчезают вместе с банками. Речь идёт о втором резинострелe в кармане, т. к. некоторым пришлось затянуть пояса гораздо туже, чем вам.

Куда же геокорректироваться?

Казалось бы, тема жёвана-пережёвана, обзоры стран делали и туристические издания, и жёлто-глянцевые, и блоггеры, и изрядно попутешествовавшие завсегдатаи туристических форумов. Однако все эти обзоры и отчёты необходимо изучать с должной долей критики, т. к. написаны они исходя из совершенно чуждых нам побуждений.

Вас никогда не удивляло, почему практически во всех топах лидируют Новая Зеландия, Австралия и Канада, ничем особенным не примечательные для русского человека страны? Дело в том, что основной фактор рейтингования стран в этих обзорах — «можно ли в этой стране устроиться работать». Согласитесь, это сильно отличается от нашего критерия — «насколько хорошо в этой стране жить».

В обзорах придают значение тому, англоговорящие ли это страны (нанимают ли они англоговорящих работников). Дают ли вид на жительство после X лет работы. Учитывают ли русские дипломы. Какие языковые и профессиональные тесты требуется сдавать. Таким образом, в обзорах выбираются страны, идеальные для разведения *офисного планктона*, что нас никоим образом не интересует.

Что же важно для нас

В порядке убывания приоритетов:

Интернет

Как в стране обстоят дела с Интернетом? Хорошие ли каналы во внешний мир, нет ли цензуры? Такие страны, как Беларусь, Бирма, Китай, Куба, Эфиопия, Северная и Южная Корея, Тунис, Туркменистан, Узбекистан, Вьетнам, Зимбабве, страны Среднего Востока в связи с жёсткой или просто неудобной цензурой в Интернете банально неудобны для проживания интернет-предпринимателей.

В странах, в которых цензура Интернета умеренна, часто используют прозрачные прокси и криво настроенные файрволы, которые сильно снижают скорость работы. Например, у нас, в Тайланде, скорость ADSL-доступа смело можно делить на два (т. е. 2 мегабита ощущаются как 1 и т. п.), соединение нестабильно. Чтобы организовать доступ, годный для приложений реального времени, для скачивания-закачивания больших объёмов данных (например, работы с видео), придётся приложить определённые усилия.

Визовый режим

Можно ли без унижения, бюрократии и лишних формальностей, быстро и надолго попасть в страну? Идеально, если имеются легальные варианты проживания неработающего человека с деньгами — инвестиционные, пенсионные визы (для молодых пенсионеров), бизнес-визы с возможностью не вести бизнес или вести его номинально.

По этому параметру можно сразу же откинуть придирчивые США, Японию. В большинство стран Европы просто так приехать, пожить, тоже не получится.

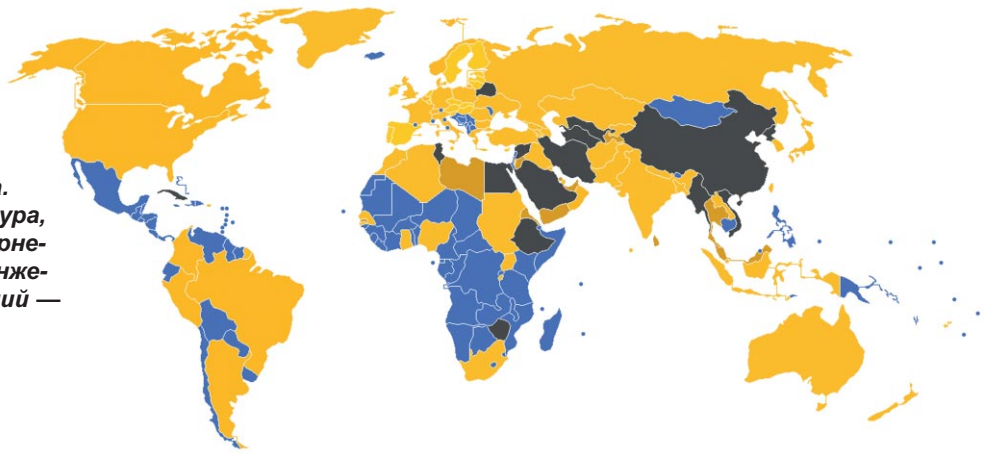
Зато целая куча стран Юго-Восточной Азии и Карибского моря имеют мягкий визовый режим. Становится более открытой для нас и Южная Америка.

Инфраструктура

Есть ли инфраструктура, готовая обслужить запросы среднего класса? Лучше ли она, чем инфраструктура основного вашего места проживания?

Например, в популярном у дауншифтеров Гоа электричество и Интернет работают с перебоями, мусор необходимо утилизировать самостоятельно, а обстановка домов предельно проста.

На модном «райском» острове Бали в домах всё ещё проще, вплоть до нехватки европейских унитазов, магазинов мало, а ассортимент их очень скуден, вплоть до того, что *холодные* фрукты можно купить только в супер-



«Чёрные дыры Интернета. Чёрный свет — сильная цензура, бледно-оранжевый — в Интернете ведётся слежка, ярко-оранжевый — базовые запреты, синий — цензуры нет».

маркете, проехав пол-острова.

Во многих странах нет привычной для нас городской среды — тротуаров, площадей, скверików. И речь тут идёт не о неразвитости (те же США и Канада развитее некуда), у них просто такой стиль жизни.

Это всё, конечно, не смертельно, но некоторые предпочитают дома с еврообстановкой, магазины в радиусе километра и другие блага цивилизации. Многие любят прогуляться пешком, с детьми вечером или по выходным.

Цены

Дешевле ли жизнь в стране, при том же самом потреблении, что и в родном месте проживания? Многие считают, что цены не так уж и важны, что они так уж сильно не отличаются, однако это лишь поверхностный взгляд. Например, мне и многим моим знакомым цены в Тайланде первое время казались не такими уж низкими по сравнению с российскими. Ассимилировавшись, узнав, где какие товары покупать, где кушать, на чём ездить, перестав тратить деньги на туристические развлечения, наше понятие слова «дёшево» сильно изменилось.

Лёгкость жизни

Как местные жители относятся к иностранцам? К вашей стране? Счастливы ли обычные люди в этой стране? Много ли успешных, самостоятельных людей?

Например, в Японии и Тайланде ты навсегда останешься чужаком, гайдзином или фарангом — эдаким белокожим инопланетянином. Другое дело, что это звание имеет свои бонусы: более высокий статус (некоторые будут даже боготворить), право на дурацкое поведение и ошибки (не простят только самые грубые). А вот в многонациональной каше Малайзии или Гонконга тебя примут как своего.

Хорошо относятся к жителям экс-СССР в странах, которым СССР когда-то оказывал поддержку. В Лаосе, например, многие взрослые получили советское высшее образование, с некоторыми из них можно даже поговорить на русском. На местных рынках продаются современные русские фильмы и фильмы с русским переводом. Наш знакомый европеец, иногда посещающий Лаос, жаловался, что некоторые DVD он до сих пор не посмотрел, т. к. там есть звуковые дорожки только на азиатских и русском языках.

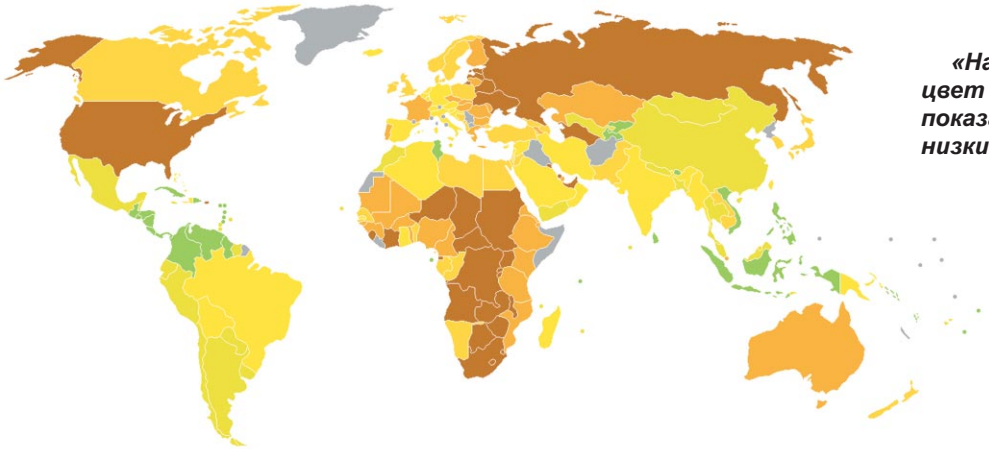
Счастливость. В 2006 году британский фонд New Economics Foundation опубликовал свой рейтинг Happy Planet Index (HPI). Рейтинг наглядно продемонстрировал, что уровень счастья людей зависит не от социальных благ, тысячедолларовых зарплат и высокого уровня развитости страны, а от климата, вовлечённости в общественную жизнь, наличия супруга, религиозности. Ориентироваться или нет на «счастливость» страны и даже города — решать, конечно, вам. От себя же могу сказать, что этот фактор очень влияет на удовлетворённость переездом. Два года жизни в курортном городе без участия в общественной жизни (туристические развлечения и общение с туристами наскучивают где-то на третий месяц) очень нас утомили.

Не забывайте Родину!

В заключение хочу призвать: эмигрирующие, не забывайте, кто мы и откуда мы вышли, обидно видеть, как мы, завидев друг друга, переходим на английский. Остающиеся, избегайте излишнего пафоса, сейчас не эпоха холодной войны, нет нужды считать уехавших предателями Родины, поймите, все мы тем или иным способом ищем лучшей доли для наших семей.

Китайские эмигранты (хуацяо), веками проживающие вне родной страны, постоянно поддерживают двусторонние социальные и экономические связи с родиной. Было бы хорошо, если бы мы переняли эту модель жизни.

samlowry,
блог http://with.in/



«Happy Planet Index: зелёный цвет — самый высокий показатель, коричневый — самый низкий».

HQ Adult Web Design
at reasonable prices
•FHG Design
•TGP/MGP/CJ Design
• Paysites Design
and much much more...
WWW.YELLOWCATSTYLE.COM

THE RUSSIAN KINGS

WEBAZILLA
WEB HOSTING COMPANY
Quality hosting solution in Europe, Amsterdam.
Dell servers only, high quality bandwidth, 99.99% network.
http://www.webazilla.com

INTERNET
incorporate
InternetInCorporate.com

Real
Bucks
REAL-BUCKS.COM

GLAV
MED

FREEOPENCALL
freeopencall.com

CYPROPERTIESru

traffic shop
let your business grow
www.TrafficShop.com

GUIDING YOU TO WORTHY PORN
porninspector
GET 95% OF SALES
ON PORNINSPECTOR.COM

NQ4.NET

Ищешь хороший хостинг?
Широкий канал?
Вменяемого оунера?
Как можно дешевле?

Ищешь, но думаешь, что так не бывает?!

Считай, что уже нашел - NQ4.NET!!!

AMD Sempron64 3000+
1GB RAM
200GB HD 7200rpm
IP's : Block of 8 (5 usable)
1200GB/mo
ВСЕГО ЗА **$90.00** в месяц!!!

Мы ценим Ваше время. Потратьте его на себя. ePayService!

ePayService
платёжная система

Обналичивание чеков за 2.5% и отправка (оплата) чеками. Обмен е-валют (ePassporte, WebMoney и др.)
Карты ePassporte с лимитом на снятие до $25.000 в день. Финансовые консультации и money management.
Зарплатные проекты для партнёрских программ. Приём и отправление платежей (Wire Transfer, ACH, Direct Deposit).

Лицензия (разрешение) на обналичивание чеков No.11156001 от 16 марта 2009 года.
Лицензия на денежные переводы Agent for Money Transmission No.3670 от 20 мая 2009 года. Регистрация в MSB (Money Services Business) от 4 марта 2009 года.

www.epayservice.ru

cjcdn.com
Content delivery network
for webmasters